ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESTUDIOS DE LAS VARIABLES POR LAS QUE ALGUNOS DE LOS ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL DE LA ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL, NO EMPRENDAN SUS PROPIOS NEGOCIOS Y SUS POSIBLES SOLUCIONES.

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGÍSTER EN GERENCIA EMPRESARIAL

MARÍA CRISTINA SANTANA MORENO
Email: crissant82@hotmail.com
Telf.: 0998779736

DIRECTOR: ING. EDDY MARCELO OROZCO AGUIRRE
Email: eddymorozco@hotmail.com
Telf.: 096 006517

2013

AGRADECIMIENTOS

- A DIOS por brindarme fe, valor, seguridad y confianza para cumplir mis sueños.

- A la ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL, que me ha dado la oportunidad de cristalizar un peldaño más en mi vida profesional.

- Al Ing. EDDY OROZCO, por su estímulo constante en este trabajo, quien durante la dirección de esta tesis, puso a mi servicio sus valiosos conocimientos y eficiencia comprobada.

- A todos mis PROFESORES que a lo largo de la maestría, sembraron en mí un gigantesco legado de conocimientos.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis grandes modelos de mi vida, mis PADRES, gracias por enseñarme el valor de vivir, el significado de alcanzar los sueños con la lucha continua, el lidiar con esfuerzo para conseguir todo las metas propuestas, por enseñarme a levantarme cada vez que se presentan problemas y apoyarme siempre en todos mis proyectos.

Les amo y gracias por todas las bendiciones, alegría y eterno amor que me regalan cada instante de mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS I
LISTA DE TABLAS III
RESUMEN V
ABSTRACT VI
1. INTRODUCCIÓN 1
1.1 NATURALEZA DEL PROBLEMA 1
1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1
1.1.2 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA 4
1.1.2.1 FORMULACIÓN 4
1.1.2.2 SISTEMATIZACIÓN 4
1.2 OBJETIVOS 4
1.2.1 OBJETIVO GENERAL 4
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 5
1.4 DELIMITACIÓN 6
1.4.1 DELIMITACIÓN TEMPORAL 6
1.4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL 7
1.5 HIPÓTESIS DE TRABAJO 7
2. MARCO TEÓRICO 8
2.1 ORIGEN DEL EMPRENDIMIENTO 8
2.2 EMPRENDIMIENTO 9
2.2.1 IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO 10
2.2.2 EL PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES 11
2.2.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES EXITOSOS 12
2.2.4 EL EMPRENDIMIENTO COMO COMPLEMENTO A LA VIDA LABORAL 16
2.2.5 EL EMPRENDIMIENTO Y LA VIDA PERSONAL 17
2.2.6 ACCIÓN EMPRENDEDORA 18
2.2.7 CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO 18
2.2.8 FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO 19
2.2.8.1 PRINCIPIOS PARA EL DESARROLLO DE LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO 19
2.2.8.2 FOMENTO DE LA CULTURA EL EMPRENDIMIENTO 20
2.3 EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL 20
2.4 EMPRENDIMIENTO, VÍNCULO: EMPRESA, EDUCACIÓN Y GOBIERNO 22
2.4.1 EL ENTORNO NATURAL DEL EMPRENDEDOR 23
2.4.2 LA METODOLOGÍA DEL EMPRENDIMIENTO 26
2.4.3 EL EMPRENDIMIENTO Y LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN. 27
2.4.4 EL EMPRENDIMIENTO Y LA ACTITUD EN EL APRENDIZAJE 28
2.4.5 CARACTERÍSTICAS DE UNA EDUCACIÓN PARA EMPRENDEDORES 30
2.5 COMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO 31

2.6 ETAPAS DEL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO 34
2.7 CÓMO FINANCIAR UN EMPRENDIMIENTO 35
2.7.1 CAPITAL PROPIO 35
2.7.2 FAMILIARES 36
2.7.3 AMISTADES 36
2.7.4 BANCOS 36
2.7.5 OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS 37
2.7.6 SOCIOS 37
2.7.7 INVERSIONISTAS 37
2.7.8 CONCURSOS 38
3. INVESTIGACIÓN DEL PROBLEMA 39
3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 39
3.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (CUALITATIVA) DE LAS VARIABLES PROPUESTAS 40
3.2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA 40
3.2.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA 41
3.2.3 DATOS SECUNDARIOS INTERNOS (E.P.N) 41
3.2.4 DATOS SECUNDARIOS EXTERNOS 41
3.2.5 FUENTES DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA 41
3.3 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE LAS VARIABLES PROPUESTAS 42
3.3.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA ADOPTADOS AL ESTUDIO DE LAS VARIABLES 42
3.4 PLAN MUESTRA Y TAMAÑO DE LA MUESTRA 42
3.4.1 PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA 42
3.4.1.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN 42
3.4.1.2 MARCO DE LA MUESTRA 42
3.4.1.3 SELECCIÓN DE LA TÉCNICA DE MUESTREO 43
3.4.1.4 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA 43
3.5 DETERMINACIÓN DE LOS TEMAS A CONSULTAR 44
3.6 ESCALAS DE MEDICIÓN 46
3.7 EL CUESTIONARIO 48
3.7.1 ESPECIFICACIÓN DE INFORMACIÓN 48
3.7.2 ESPECIFICACIÓN EL TIPO DE ENTREVISTA-ENCUESTA 48
3.7.3 CONTENIDO DE LAS PREGUNTAS 48
3.7.4 REDACCIÓN DE LAS PREGUNTAS 49
3.7.5 REPRODUCCIÓN DEL CUESTIONARIO 50
3.8 PRUEBA PILOTO 53
3.9 RECOPILACIÓN DE LOS DATOS 53
3.10 PRUEBA DEL CHI CUADRADO (X^2) 54
4. ANÁLISIS DE LOS DATOS 55
4.1 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOSY ANÁLISIS CON LA PRUEBA DEL CHI CUADRADO. 55
4.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS FRENTE A LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO PROPUESTO 92
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 96
5.1 CONCLUSIONES 96
5.2 RECOMENDACIONES 98

BIBLIOGRAFÍA 100

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Género del encuestado 55
Figura 2 – Sector de residencia actual 57
Figura 3 – Estado Civil 58
Figura 4 - Tiene Hijos 60
Figura 5- Recibió orientación vocacional 62
Figura 6- ¿Por qué eligió la carrera? 63
Figura 7- Ejerce su profesión 64
Figura 8- Tiene negocio propio 65
Figura 9- Causas de no emprender un negocio propio 66
Figura 10- Considera que existe demanda en la Carrera de Ingeniería Empresarial 67
Figura 11– Emprendería un negocio si tiene apoyo financiero 67
Figura 12- Conoce del apoyo Gubernamental para el emprendimiento de negocios 70
Figura 13- Características de un Ingeniero Empresarial 72
Figura 14- Conocimientos adquiridos en EPN enfocados a emprender un negocio 73
Figura 15- Trabajo actual 76
Figura 16- Es difícil ejercer la carrera 77
Figura 17- Ejerce o ejerció su profesión 77
Figura 18- Razón para dejar de laborar en una empresa 79
Figura 19- Reacción de familiares por no ejercer la profesión 80
Figura 20 – Factor de éxito de un negocio-Conocimientos adquiridos en aulas 81
Figura 21 – Factor de éxito de un negocio-Deseos de superación 81
Figura 22 - Factor de éxito de un negocio-Grado de emprendimiento del administrador 82
Figura 23 - Factor de éxito de un negocio-Experiencia 82
Figura 24 - Factor de éxito de un negocio-Mercado 83
Figura 25 - Factor de éxito de un negocio-Marketing 83
Figura 26 - Preferencia del estudiante o egresado-Emprender un negocio nuevo 84
Figura 27 - Preferencia del estudiante o egresado-Seguir desempleado 85

Figura 28 - Preferencia del estudiante o egresado-Laborar en relación de dependencia 85
Figura 29–Seguir estudiando 86
Figura 30 - Ingeniería Empresarial aporta a la economía del país 89
Figura 31- Le gusta tomar decisiones.....89
Figura 32- Han tomado decisiones por usted 90
Figura 33–Problemas o inconvenientes para tener un negocio 91
Figura 34- Recomendaciones 92

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 - Género Encuestado.....55
Tabla 2–Frecuencias Observadas 56
Tabla 3–Frecuencias Esperadas.....56
Tabla 4 - Sector residencial actual.....57
Tabla 5- Estado Civil.....58
Tabla 6–Frecuencias Observadas 59
Tabla 7–Frecuencias Esperadas.....59
Tabla 8 - Tiene Hijos.....60
Tabla 9–Frecuencias Observadas 61
Tabla 10–Frecuencias Esperadas.....61
Tabla 11 - Recibió orientación vocacional.....62
Tabla 12 - ¿Por qué eligió la carrera?.....63
Tabla 13 - Ejerce su profesión.....64
Tabla 14 - Tiene negocio propio.....64
Tabla 15 - Causas de no emprender un negocio propio 65
Tabla 16 - Considera que existe demanda en la Carrera de Ingeniería Empresarial 66
Tabla 17 – Emprendería un negocio si tiene apoyo financiero 67
Tabla 18–Frecuencias Observadas 68
Tabla 19–Frecuencias Esperadas.....68
Tabla 20 - Conoce del apoyo Gubernamental para el emprendimiento de negocios 69
Tabla 21–Frecuencias Observadas 70
Tabla 22–Frecuencias Esperadas.....70
Tabla 23 - Características de un Ingeniero Empresarial.....72
Tabla 24 - Conocimientos adquiridos en EPN enfocados a emprender un negocio.....73
Tabla 25–Frecuencias Observadas 74
Tabla 26–Frecuencias Esperadas.....74
Tabla 27 - Trabajo actual.....75

Tabla 28 - Es difícil ejercer la carrera 76
Tabla 29 - Ejerce o ejerció su profesión 77
Tabla 30 - Razón para dejar de laborar en una empresa 78
Tabla 31 - Reacción de familiares por no ejercer la profesión 79
Tabla 32 - Factores de éxito de un negocio 80
Tabla 33 - Preferencia del estudiante o egresado 84
Tabla 34–Frecuencias Observadas 87
Tabla 35–Frecuencias Esperadas 87
Tabla 36 - Ingeniería Empresarial aporta a la economía del país 88
Tabla 37 - Le gusta tomar decisiones 89
Tabla 38 - Han tomado decisiones por usted 90
Tabla 39 – Porcentaje de egresados que han aplicado o no conocimientos de emprendimiento 94

RESUMEN

Debido a la realidad política, social y económica de nuestro país se ha generado la fuga de profesionales, cierre de las empresas y disminución de fuentes de empleo; el Ecuador requiere de nuevas aptitudes y actitudes en los universitarios, pues se requiere de profesionales que produzcan y generen riqueza y no solo que la administren, se necesita personas que integren y vinculen los sistemas académico, científico y tecnológico con los sectores productivos. La Escuela Politécnica Nacional tiene una Carrera de Ingeniería Empresarial, donde los estudiantes reciben la formación necesaria, entonces ¿Qué ha impedido para que algunos de los estudiantes y egresados de la Facultad, no emprendan un negocio propio y creen fuentes de empleo? Esta tesis de Maestría ayudará a los universitarios a definir la importancia, el perfil, la cultura, la formación, la metodología, las etapas y como financiar un emprendimiento asertivo. Para identificar las variables por las que algunos estudiantes no emprenden, se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa de las variables propuestas y se aplicó una encuesta a una muestra de la población en estudio. La conclusión final se obtuvo del análisis descriptivo y bivariado de las preguntas del cuestionario, aplicando la prueba del chi cuadrado (X^2) para comprobar la hipótesis planteada. En la parte final se propone algunas acciones para despertar la actitud emprendedora de los egresados y graduados de Ingeniería Empresarial.

Palabras claves:

Emprendimiento.- Agente económico que adquiere medios de producción a determinado precio.

Actitud emprendedora.- voluntad, convicción, fuerza y pasión del emprendedor.

Acción emprendedora.- iniciativa, creatividad, liderazgo, comunicación, de mente abierta.

ABSTRACT

In our country the political, social and economical situation caused the flight of professionals, the closure of enterprises and sources have decreased employment, Ecuador need´s new skill´s and attitudes in college students, because it´s required professionals that produce something and generate wealth, it´s not necessary only to know how to administrate, instead or that, it needs people that integrate academic, scientific and technologic systems with the productive sectors.

In “Escuela Politécnica Nacional” exit’s a lot of career’s, one of them is Enterprise Engineering, in this career the students get education needed, was the impediment for some students graduated from the business school cannot start their own business and create employment bureau? This Master´s thesis will help the university students to define importance, profile, culture, formation, methodology, stages and how to finance a project.

To identify the variables why some students don’t undertake, it is been used qualitative and quantitate variables, and itinterview was applied to the target audience. The final conclusion was obtained from the descriptive analysis and bivariate of the interview applying X^2 (Chi Cuadrado) test to test the hypothesis. In the final part of the thesis proposes some actions to start with an entrepreneur attitude in the graduated from the career.

Key Word:
Entrepreneur: Economic agent that get productive media by a determine price.
Entrepreneur attitude: Will, conviction and passion.
Action entrepreneur: Initiative, creativity, leadership, communication, open mind.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 NATURALEZA DEL PROBLEMA

1.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde la Edad Antigua, las personas recurrieron a métodos y técnicas para satisfacer sus necesidades en base a consumos. Con el tiempo sintieron la necesidad de unirse, organizarse, desplazarse; esta asociatividad da lugar al sistema llamado empresa, que es un manejo de los recursos disponibles donde se involucra la capacidad de coordinación, creatividad, organización y desafíos.

Las necesidades, principalmente alimenticias, de bienes y de servicios, crecieron con el aumento demográfico e instintivamente se dan los intercambios entre distintas personas de diferentes lugares; intercambiaban pescado por papas, carnes por ropa, o por madera y más. En fin, esta acción de cambiar cosas produce en el tiempo una suerte de beneficios comunes y la regularidad de estos intercambios crean lazos que evidentemente se mantienen en el tiempo.

En los actuales métodos de intercambio y avances de las TIC´S, se asignan valor a las transacciones, cambiando de esta manera el escenario de mercado al anteriormente usado, con métodos de la información y comunicación; este nuevo sistema, dio a las personas el poder de adquirir cualquier producto y venderlo. Con el paso del tiempo, la cantidad de bienes y servicios no eran suficientes en forma individual, por lo tanto, se ven en la necesidad de agruparse.

Al formalizar este tipo de asociaciones dentro de un marco tributario estatal, se asigna una terminología a cada grupo de empresas: de personas naturales, de personas jurídicas, de responsabilidad limitada, sociedades de hecho, entre otras.

Otra forma de empresa es la que se forma a través de sociedades anónimas, ya sean abiertas o cerradas. En las abiertas el objetivo es unirse estratégicamente con socios de intereses comunes en donde a medida que crece la empresa y proyectan sus metas, coloca acciones a la venta en el mercado bursátil al mejor postor sin importar quien sea, las cuales producen un aumento en el capital social, generando un mejor escenario para sus inversiones a corto y largo plazo. Un caso similar es la sociedad anónima cerrada, la cual, es creada con fines de obtener utilidades en el ejercicio de sus negocios, realizar aumentos de capital, pero a diferencia de las abiertas esto se produce solo entre sus propios socios. (Corona, 2011)

DEFINICIÓN DE EMPRESA

La empresa es una organización que combina elementos o recursos fundamentales, como por ejemplo: el ser humano, implementos técnicos, materias primas, para hacer real una idea de negocio que tenga la finalidad de obtener beneficios, generar utilidades, aportar soluciones y contribuir al bien común.

Esta organización se ha desarrollado universalmente para poner al alcance de las personas los bienes y servicios que existen en todas las economías. Las empresas para llevar a cabo sus fines, se abastecen de su entorno, adquiriendo materias primas, maquinarias, mano de obra e inclusive capital. Estas organizaciones se caracterizan por ser creadas por personas de intereses comunes entre sí.

Entre más empresas existan en un país, hay mayores oportunidades de desarrollo y por lo tanto la economía de la población tiende a satisfacer las necesidades primordiales, esto permite una estabilidad política, social, económica y cultural. (Corona, 2011)

Por todos estos planteamientos, es necesario analizar las variables que inciden para algunos estudiantes y egresados de la carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, no emprendan sus propios negocios, poniendo énfasis

no sólo en la transmisión de saberes sino en la incorporación interdisciplinaria y transversal de actitudes persistentes, atrevidas, arriesgadas, constantes, pues aprender a emprender, vivir juntos, aceptar y respetar la diversidad constituyen los retos más importantes en esta nueva sociedad y aún más, si el objetivo de la carrera de Ingeniería Empresarial que se dicta en la E.P.N. es:

- *"La vinculación del quehacer científico tecnológico de la EPN con las demandas y necesidades sociales.*
- *El fomento de la producción tecnológica local a favor de las necesidades del país.*
- *La innovación de la actual gestión empresarial a nivel de gestión con base científico-tecnológica.*
- *La generación de una cultura corporativo-científica en la toma de decisiones".*(Escuela Politécnica Nacional, 2011)

Esta situación determina la necesidad de buscar herramientas para elevar el poder de decisión y despertar la creatividad en los estudiantes de la carrera indicada y puedan así tomar decisiones sobre responsabilidades sociales, laborales, culturales y empresariales.

Por lo tanto, la presente investigación a más de demostrar la incidencia de las variables en la toma de decisiones para formar las empresas de los estudiantes, presentará algunas sugerencias que permitirá modificar los comportamientos mediante la participación, creatividad, persistencia y justicia, factores que incidirán en su formación integral.

1.1.2 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.2.1 FORMULACIÓN

¿Cómo inciden las variables por las que algunos de los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la E.P.N., no emprendan sus propios negocios?

1.1.2.2 SISTEMATIZACIÓN

¿Cuáles son las variables que inciden para que algunosde los estudiantes y egresados de Ingeniería Empresarial no emprendan sus propios negocios?
¿Qué porcentaje de egresados y graduados de la carrera, tienen sus propias empresas?
¿Cuáles son los problemas más relevantes para que algunos de los estudiantes y egresados de Ingeniería Empresarial no hayan aplicado el emprendimiento?
¿Cuáles son las posibles soluciones?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar las variables por las que algunos de los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la E.P.N., no emprendan sus propios negocios.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las variables que inciden para que algunos de los estudiantes y egresados de Ingeniería Empresarial no emprendan sus propios negocios.

- Comparar los porcentajes de egresados y graduados de la carrera de Ingeniería Empresarial que han aplicado los conocimientos de emprendimiento y tienen sus propias empresas.
- Analizar los problemas más relevantes por los que algunos estudiantes y egresados de Ingeniería Empresarial no han aplicado un emprendimiento.

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad y dadas las circunstancias económicas que genera nuestro país y que ha provocado la fuga de profesionales, el cierre de empresas y la disminución de fuentes de empleo, nuestro Ecuador requiere de nuevas aptitudes en los jóvenes universitarios, pues se requiere de profesionales que produzcan riqueza y no solo que la administren, personas que integren los sistemas académico, científico y tecnológico con los sectores productivos para superar la crisis que vive el País.

Organismos internacionales e instituciones privadas en todo el mundo cada vez participan con mayor decisión en proyectos sociales y económicos enfocados en el mejoramiento de la calidad de vida en países en vías de desarrollo como el nuestro.

El rol de las universidades, es también un factor interesante en el proceso de formación de empresarios y se lo puede hacer mediante concursos, que incentiven la generación de proyectos de emprendimiento cuyo premio sería llevarlos a cabo, gracias a la entrega de un presupuesto y asistencia técnica mediante la apertura de acceso educativo a sectores con menores recursos económicos.

El emprendimiento por lo tanto, se convierte en un motivador muy importante e incluso trascendental para el desarrollo económico y social de un país, especialmente en el nuestro, donde la distribución de riquezas es fuertemente desproporcionada.

La idea de ser emprendedor radica en que una persona o un grupo de personas con limitados recursos económicos pero con gran esfuerzo y empeño, consiguen la formación de una empresa, con altos índices de posibilidades de éxito; en otras palabras, necesitamos sacarle el jugo a la *ACTITUD EMPRENDEDORA*, que como acertada cualidad resulta altamente contagiosa; hablando con el lenguaje empresarial, se puede decir que es una especie de coaching y liderazgo que motiva e incentiva la voluntad y las ganas de alcanzar los objetivos propuestos.

Si hubiera emprendimiento en el país tendríamos una economía en crecimiento y por mínima que fuese, permitirá una distribución de riquezas a mayor escala, esto quiere decir que los sueldos y el ingreso per cápita, también se elevarán. Al elevarse el ingreso, se cubrirán al menos las necesidades básicas generando paz y respeto ciudadano.

Entonces si se considera que la EPN tiene una carrera de Ingeniería Empresarial, donde reciben la formación necesaria, ¿qué ha impedido que algunos de los estudiantes y egresados de la Facultad, no emprendan un negocio propio y crear fuentes de empleo?

Esta interrogante va a despertar la actitud emprendedora en los egresados y graduados de la carrera de Ingeniería Empresarial, pues sólo la juventud y la buena predisposición sacarán adelante al país de la situación en la que se encuentra.

1.4 DELIMITACIÓN

1.4.1 DELIMITACIÓN TEMPORAL

El presente estudio será desarrollado en un lapso de tiempo de 12 meses.

1.4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El presente estudio será desarrollado en la Provincia de Pichincha, en la Escuela Politécnica Nacional.

1.5 HIPÓTESIS DE TRABAJO

La situación económica y académica de los estudiantes y egresados de la carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, influye en el nivel de emprendimiento para tener un negocio propio.

Para este estudio: la situación económica y académica, que se entenderán como variables, pueden contener a otras tales como:

- Fuentes de financiamiento
- Apoyo de gobierno
- Importancia de emprender
- Situación familiar

No se describen todas las posibilidades porque al ser un estudio exploratorio se buscará todas las que influyan y se detallará en las conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ORIGEN DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, puesto que ésta en toda su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida.

El emprendimiento es algo natural en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, sin embargo no se ha desarrollado igual en todos los hombres. Posiblemente el emprendimiento es una de las mayores diferencias entre el hombre y los demás seres vivos gracias al espíritu emprendedor que lo identifica. (Silva, 1998, pág. 34)

Es importante mencionar que la palabra emprendimiento fue utilizada para referirse a personas aventureras como es el caso de Cristóbal Colón que venía al Nuevo Mundo sin saber con seguridad que era lo que le esperaba, él mantuvo su obsesión de la existencia de una ruta más corta a las Indias y no se rindió a las continuas negativas de diversos reyes en Europa, hasta que encontró alguien que lo apoyara, al que convenció de la existencia de esta oportunidad y de que él era el hombre para llevarla a cabo, esta actitud es la que caracteriza al emprendedor, una actitud hacia la incertidumbre. (Silva, 1998, pág. 36)

Cabe recordar que la persona que utilizó por primera vez el término emprendedor y además fue para referirse a las personas que con sus actividades generan inestabilidad en los mercadosfue el señor Joseph Schumpeter, profesor de Harvard.

Sin embargo se debe acotar que esta forma de pensamiento se contrapone a la escuela austriaca, la que señala que los emprendedores logran mejorar y hacer más

eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nueva riqueza.(Hernández, Fernández, & Baptista, 2004, pág. 27).

Sin embargo, los ejecutivos tienen su propia percepción sobre el espíritu emprendedor, lo describen como “innovador, flexible, dinámico capaz de asumir riesgos creativo y orientado al crecimiento”, por otra parte la prensa lo define como la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas.(Cerda, 1999, pág. 114)

2.2 EMPRENDIMIENTO

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. (Romain & Bacus, 1992, pág. 23)

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

2.2.1 IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.(Romain & Bacus, 1992, pág. 27)

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En casi todos los países Latinoamericanos, para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de sus economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.(Csikszentmihalyi, 1998, pág. 57)

Actualmente los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.(Csikszentmihalyi, 1998, pág. 58)

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

2.2.2 EL PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

Como se ha podido apreciar en la actualidad las nuevas estrategias para la creación y fortalecimiento de nuevas empresas apuntan a identificar a los actuales ypotenciales emprendedores, razón por la cual el identificar el perfil de los emprendedores es un pasoclave para diseñar estrategias de intervención institucional orientados afortalecer y a darles las oportunidades yherramientas que los mismos necesitan.

El emprendedor exitoso es un sujeto con un sueño, un propósito, un deseo de crear, de innovar, que observa una oportunidad de negocio, que es capaz de ver su pensamiento de modo terminado, que no se estanca ante los obstáculos, por el empeño y la tenacidad con características típicas de su comportamiento.

En la mayoría de la ocasiones arranca en un área de su especialidad, donde tiene un conocimiento previo, donde le agrada trabajar. Para el emprendedor su principal motivación es el logro, de allí deriva satisfacción y energía para seguir adelante con su firmeza.(Bilbao & Pachano, 2002, pág. 78)

La autoconfianza es tal vez uno de los rasgos que más resalta y posiblemente sea esto lo que explica de alguna manera la capacidad que tiene para asumir riesgos. El emprendedor tiene la capacidad de imaginar con gran precisión el resultado final y, si bien puede trabajar bajo un plan, no se detiene demasiado en pensar en el proceso.(Bilbao & Pachano, 2002, pág. 79)

2.2.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES EXITOSOS

A continuación se indicaran algunas de las características que poseen los emprendedores exitosos:

- Pasión
- Energía,
- Previsión
- Visión,
- Compromiso
- Optimismo
- Confianza
- Perseverancia
- Determinación
- Innovación
- Creatividad
- Flexibilidad
- Liderazgo
- Habilidad
- Persuasión,
- Direccionalidad,
- Conocimiento
- Pertenencia

- Solidaridad social
- Responsabilidad
- Credibilidad
- Integridad
- Competitividad
- Talento
- Aprendizaje del fracaso
- Adaptación a momentos críticos
- Autodirección
- Toma de riesgos calculados
- Autonomía Independencia
- Trabajo arduo
- Visión de oportunidad
- Iniciativa
- Orientación a la utilidad
- No conformismo

En función de las características identificadas y anteriormente mencionadas en los emprendedores exitosos, es viable presentar un conjunto reducido de cualidades del emprendedor, el cual es necesario identificar, desarrollar y consolidar para que la creación de nuevas unidades de negocios tenga perspectivas de éxito:

- Visión
- Confianza en sí mismo
- Iniciativa, autonomía
- Tolerancia al riesgo
- Perseverancia
- Flexibilidad e innovación
- Liderazgo orientado al logro
- Compromiso social
- Transparencia
- Conocimientos técnicos

Así mismo es preciso enunciar que la visión en los emprendedores posee las siguientes connotaciones:

- Una idea clara de lo que quiere alcanzar con su emprendimiento.

Que constituye una idea seductora que despierta en el emprendedor la pasión por lograr aquello que se ha propuesto

- El sentido de previsión que es la capacidad de anticipar con gran exactitud los resultados de sus acciones.

Igualmente se debe manifestar que una característica importante en los emprendedores exitosos es la autoconfianza que poseen. Si ellos son capaces de afrontar riesgos calculados es porque tienen gran confianza en que lograrán sus propósitos. Mencionada confianza en sí mismos parte de una autoestima sólida, la cual les permite a su vez establecer relaciones saludables y estables.

Al mismo tiempo de la confianza se desprende la iniciativa y la autonomía que se trata de la capacidad de identificar oportunidades de negocios allí donde otras personas no las ven, y de tomar las acciones adecuadas.

El emprendedor posee la tolerancia al riesgo que representa la capacidad de manejarse en circunstancias de inseguridad, además ha desarrollado la habilidad de aprender de los fracasos, por lo que no tiene mayores dificultades para asumir los costos de riesgos calculados. Su sentido de previsión le faculta el no asumir cualquier riesgo, sino aquellos que los pueden manejar más o menos de manera responsable.(Bilbao & Pachano, 2002, pág. 84)

También es perseverante y tenaz lo que significa que puede desarrollar una gran energía para conseguir algún logro puntual, a pesar de las dificultades, cree en sus ideas y objetivos, y no se desanima frente a los obstáculos presentes.

Apuesta al largo plazo, aunque para ello deba sacrificar algunos resultados en el presente que acompañado de su perseverancia ha desarrollado la capacidad de adaptarse a un entorno en constantes cambios.

Además no se deja atrapar por recetas y fórmulas pre establecidas. Es creativo y puede innovar procedimientos, enfoques, productos y servicios, siempre en respuesta a un contexto cambiante, lo que le permite a su unidad económica superar las crisis y sacar incluso provecho de ellas.

Los emprendedores desarrollan un fuerte compromiso y solidaridad social ya que no dejan que su misión se reduzca a desarrollar sus empresas u organizaciones solamente. Pues buscan que su éxito se traduzca también en beneficios para su entorno, para sectores desposeídos o para su propio país.

Dichas personas tienen un conjunto de valores éticos esenciales frente a los cuales buscan ser consecuentes, aun cuando esto signifique pérdidas para sus empresas lo que constituye una característica importante que se denomina transparencia

Por último el emprendedor dirige sus emprendimientos a áreas en las cuales ya tiene experiencia y conocimientos específicos, en donde ha desarrollado una orientación específica sobre el producto, el servicio, el mercado y el ambiente en el cual ha de desenvolverse.(Bilbao & Pachano, 2002, pág. 86)

Existen dos factores principales que pueden influir en el desarrollo de las cualidades anteriormente enunciadas los mismos que serán indicados a continuación:

- La formación inicial en el seno de su familia, ya que en los hogares que crecieron les impulsaron a la autonomía, la confianza en sí mismos, el logro de metas concretas, la responsabilidad y la perseverancia.

- Junto al anterior factor se destacan algunas habilidades que los emprendedores han sabido desarrollar posteriormente como la innovación, el interés por determinada área y las habilidades de liderazgo.

Lo que indica que el perfil de los emprendedores responde a un proceso saludable de socialización, junto con el desarrollo personal de capacidades adecuadas para el logro de metas específicas.

No obstante, dichas cualidades personales no podrían desarrollarse de modo absoluto si no se hubiesen presentado oportunidades para expresarlas, junto con un marco institucional y económico que, en algún momento, fue positivo.

2.2.4 EL EMPRENDIMIENTO COMO COMPLEMENTO A LA VIDA LABORAL

El emprendimiento, poco a poco se ha irá convirtiendo en un complemento a la vida laboral de muchos trabajadores.

En los actuales momentos, cuando la coyuntura económica a nivel mundial no es la mejor, el empleo está desapareciendo rápidamente, además los salarios de los empleos que sobreviven descienden poco a poco.

Quienes quedan desempleados, difícilmente podrán conseguir un nuevo trabajo, por lo que tendrán que recurrir a lo que popularmente se conoce como rebusque que no es otra cosa que una representación incipiente del emprendimiento.

Pero quienes conservan el empleo, han visto o verán sus salarios disminuirse, y si desean mantener su estilo de vida o mantener su capacidad de pago para responder por sus obligaciones adquiridas en los tiempos de las vacas gordas, tendrán que recurrir al rebusque para nivelar sus ingresos.

De hecho, actualmente son muchas los persona que además de trabajar para una empresa, tienen un taxi, algún local arrendado o cualquier otra fuente de ingresos adicional, que aunque no se le puede llamar emprendimiento, si es un gran paso hacia la cultura del emprendimiento, hacia el convencimiento de que el emprendimiento es una gran alternativa para mejorar los ingresos. (Harald, 1998, pág. 98)

Entre más se acentúe la crisis, que por lo menos en Colombia apenas comienza, veremos más personas recurriendo a formas alternativas para obtener ingresos, lo

cual al final descubrirá grandes emprendedores, y quien tenga ese perfil, esa inclinación, sin duda que seguirá por ese camino, aun después de superada la crisis, por lo que al final de cuentas la crisis dejará mucho de positivo.

2.2.5 EL EMPRENDIMIENTO Y LA VIDA PERSONAL

El emprendimiento afecta directamente la vida personal del emprendedor de forma importante, lo que hace necesario que el emprendedor tenga conciencia de ello antes de dedicarse de lleno a sus proyectos. (Freire, 2004, pág. 121)

Es conocida aquella frase de que no hay que llevarse el trabajo para la casa, lo cual aplica bastante bien para quien trabaja para una empresa.

En el caso del emprendimiento, no se trata de una ocupación de 8 horas al día, se trata de ocupación total, a tiempo completo, luego, no hay posibilidad de decir que no se lleva trabajo para la casa, puesto que será imposible.

El asalariado no se preocupa de los problemas fuera de su trabajo, puesto que para eso está su jefe o el empresario para que se preocupe, para que los solucione, pero el emprendedor no tiene quien se ocupe de sus problemas, así que tendrá que hacerlo el mismo, y bien sabemos que los problemas no saben de horarios ni de fechas.(Freire, 2004, pág. 122)

Eso hace que la vida familiar del emprendedor se afecte, por cuanto el emprendimiento absorbe el emprendedor casi un 100%, dejándole muy poco espacio para compartir con su familia, lo que sin duda le causará traumatismos.

Es por ello que en el emprendimiento no basta con que se comprometa el emprendedor, debe también comprometerse su familia, o por lo menos comprenderlo y apoyarlo, pues de lo contrario el emprendedor corre el riesgo de fracasar tanto en el proyecto como en su familia.

La familia es un elemento básico en todo ser humano, lo cual no es ajeno al emprendedor, por lo que se hace necesario evaluar los efectos que la dedicación de tiempo completo a un proyecto pueda tener en las relaciones familiares.(Freire, 2004, pág. 124)

Cuando se decide ser emprendedor, hay que evaluar todos los aspectos posibles, tanto los pros como los contras. Entre menos de deje al azar y la improvisación, más sencillo será sortear las dificultades.

2.2.6 ACCIÓN EMPRENDEDORA

Es toda acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un determinado propósito.

La acción emprendedora tiene que ver con la capacidad de crear algo nuevo y con la creación de un nuevo valor. La persona con actitud emprendedora es una persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una manera creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Krause, 2004, pág. 73)

2.2.7 CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, mediante el aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, asimismo es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el emprendimiento, que surgen en la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.(Alvarado, 2004, pág. 66)

2.2.8 FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

La formación para el emprendimiento, persigue el progreso de la cultura del emprendimiento con acciones establecidas en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo. (Dvoskin, 2004, pág. 61)

2.2.8.1 PRINCIPIOS PARA EL DESARROLLO DE LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

A continuación se enunciaran varios de los principios que se consideran en el desarrollo de la cultura del emprendimiento:

a) Formación integral en aspectos y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, desarrollo del gusto por la innovación, el estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente.

b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo, en relación a proyectos productivos con responsabilidad social.

c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.

d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde las perspectivas: social, económica, cultural, ambiental, regional y local.(Alvarado, 2004, pág. 69)

2.2.8.2 FOMENTO DE LA CULTURA EL EMPRENDIMIENTO

Es necesario que desde los primeros años de vida de las personas se inicie un proceso para fomentar la cultura del emprendimiento en los mismos, este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede a llegar a triunfar tanto personal como económicamente. (Harald, 1998)

El sistema educativo lamentablemente se ha enfocado a formar empleados y asalariados más no empresarios, y no solo el sistema educativo, sino que también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores.

2.3 EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

En la actualidad a muchos de los estudiantes les preocupa qué van a hacer cuando culminen sus carreras profesionales, algunos planean conseguir un buen empleo, sin embargo, otros están resignados a simplemente subsistir.

Sin embargo, la amenaza es ¿Cómo ganar dinero?, no cabe duda que una de las maneras de conseguirlo sería obtener un buen empleo, pero, ¿es seguro obtenerlo por el solo hecho de tener un título?, en muchos casos se ha podido observar a profesionales conduciendo taxis, y aunque el trabajo no es deshonra, no se puede creer que una persona se haya esforzado tanto para terminar haciendo otra cosa fuera de su área de ocupación. Pero a pesar de las circunstancias, existe una manera de hacer frente a la necesidad de un ingreso, si llegado al caso no se logra conseguir un empleo seguro.

El emprendimiento empresarial, es una alternativa diferente a la ya conocida, y que además, permite más libertades a quien la ejerce. Sin embargo se puede definir al

emprendimiento empresarial como la iniciativa de una persona individuo para desarrollar un proyecto de negocios o una idea en particular que genere ingresos, es decir, crear una microempresa. (Alvarado, 2004, pág. 72)

Para Andy Freire, el emprendimiento empresarial significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada, es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de éstos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados.(Freire, 2004, pág. 131)

No obstante, ya no es tan convincente ni motivantela idea de conseguir un empleo seguro, por lo cual, algunas personas han decidido por optar en otra alternativa, en la cual se puede encontrar el emprendimiento empresarial, ya que estas personas se han visto sin empleo, han tenido la necesidad de buscar una nueva salida.

Al emprendimiento empresarial se le había restado importancia, pero actualmente se le ve como una posibilidad de alcanzar al progreso en las naciones en vía de desarrollo. Entre las ventajas que tiene el emprendimiento empresarial, se puede encontrar:

- La posibilidad que tiene el individuo de manejar su propio tiempo y ser su propio jefe.
- Tomar decisiones autónomas.
- Ingresos crecientes.
- Genera empleo.

Cabe destacar que la microempresa en los últimos años ha tenido un gran crecimiento, trayendo consigo el crecimiento del empleo, ya que debido a las ventajas que aporta la microempresa para el desarrollo de una nación, se han creado

muchas entidades gubernamentales y no gubernamentales alrededor del mundo para ofrecer apoyo a este tipo de proyectos.

Es importante señalar que existen estadísticas que muestran las ventajas que tiene la microempresa en el desarrollo económico, y que existen un sinnúmero de organizaciones para apoyar estos proyectos, la razón principal por la que muchas personas no se atrevan a emprender una microempresa es el miedo, al fracaso, se puede decir que el software mental implantado desde la niñez es estudiar y conseguir un empleo seguro, por lo tanto es de esperarse que la idea de irse por otro camino diferente despierte ciertas dudas, aun así, lo más importante al emprender una microempresa es tener clara la visión de hacia dónde se quiere llegar, y después crear un plan de acción con respecto a sus metas personales. (Bossidy & Charan, 2002, pág. 53)

2.4 EMPRENDIMIENTO, VÍNCULO: EMPRESA, EDUCACIÓN Y GOBIERNO

La sociedad reclama muchas veces a la universidad una respuesta conforme a las necesidades sociales relativas al desarrollo empresarial y su consecuente creación de empleo, allí surgen ciertas interrogantes ¿Las personas se han ceñido demasiado a la formación del conocimiento y no desarrollan su capacidad para ser transferida adecuadamente a los intereses y necesidades específicas regionales? ¿Los individuos transitan por un camino que no da los resultados esperados? ¿No comprenden la naturaleza sustantiva de la demanda social y empresarial?

Sin embargo, existen expertos que sostienen que la universidad produce recursos humanos para las empresas y se olvidan de la formación de humanos con recursos capaces de crear sus propias empresas o mejorar lo que ya existe ampliando la riqueza de sus respectivos contextos sociales, la universidad sigue formando profesionales con habilidades para los negocios, dejando pasar la oportunidad de

consolidar sus habilidades empresariales. (Hermida, Serra, & Kastica, 1990, pág. 145)

Debe manifestarse además, que la educación es un factor clave para explicar el proceso de desarrollo de nuevos emprendimientos, los mismos que producen efectos positivos sobre el progreso económico, empleo y dinamismo de la economía, de ella dependerá el surgimiento de empresas basadas en el conocimiento y la tecnología.

Es importante señalar que las capacidades emprendedoras no son innatas, sino que pueden ser adquiridas y por lo tanto, pueden descubrirse y guiarse mediante un proceso de aprendizaje dirigido, no solo hacia la transferencia del conocimiento teórico y de aspectos instrumentales de la planificación y la gestión, sino también al desarrollo de competencias, habilidades, actitudes y valores, empleando herramientas de aprendizaje activo-participativas, basado en la resolución de problemas y experiencias reales, como juego de roles, visitas y charlas con emprendedores, simulaciones de negocios, planes de negocios, entre otros.(Alvarado, 2004, pág. 84)

2.4.1 EL ENTORNO NATURAL DEL EMPRENDEDOR

Existen ciertas preguntas que son importantes y que todas las personas se deberían plantear para saber si están de acuerdo en aquello de que a los países les va mejor en la medida en que existan más (y no menos) emprendedores, estas preguntas se indicaran a continuación:

- ¿Cuál es el entorno natural del emprendedor?
- ¿Qué tipo de ambiente institucional es el físicamente propicio para estimular el aparecimiento de nuevos emprendedores?
- ¿Cómo podría la política económica de un país incentivar el desarrollo de nuevos proyectos empresariales?

En este sentido, conviene recordar que no solamente se debe de apuntar al surgimiento de más emprendedores, sino también, a que cada vez surjan emprendimientos que sean más sofisticados, es decir, que repercutan en una mayor y mejor creación de valor para la sociedad.(Hermida, Serra, & Kastica, 1990, pág. 148)

Es fundamental generar un adecuado ambiente empresarial de tal suerte que este sea más favorable al emprendimiento, para lo cual en primer lugar se debe pensar que para responder al “cómo”, primero se debe de definir el “porqué”.

Es decir, ¿por qué se dice que es tan importante un entorno favorable para el emprendedor? ¿Posiblemente no basta con que los emprendedores tengan sencillamente bien hechos sus planes de negocio? La respuesta será que si bien los planes de negocio son necesarios, no son suficientes. Y la base de del razonamiento tiene un punto de partida que se cree indiscutible pues hacer negocios no es una labor fácil. (Krause, 2004, pág. 81)

La mejor prueba sobre la autenticidad de esa afirmación es que no todo el mundo logra emprender exitosamente sus proyectos de negocio. Si fuese así, todas las personas serian millonarias.

Para emprender con éxito se requieren de ciertas destrezas empresariales y justamente, son pocos emprendedores que las logran reunir, además más allá de la intuición o feeling empresarial, son ineludibles ciertas herramientas básicas como lo son la contabilidad, las finanzas y el mercadeo, pero que, aun teniendo pleno conocimiento de estas herramientas, ningún emprendedor debe creer que sus planes de negocio tienen garantizado su éxito.

Es fundamental conocer que la creatividad, el talento, la tenacidad e inclusive la suerte que hay que tener para lograr una recompensa económica sostenida a lo largo del tiempo pueden ser perjudicadas por factores externos al emprendimiento

como son los cambios en las políticas económicas, nuevas reglas institucionales de juego, incertidumbre jurídica, entre otros, etc., que entorpecen el proceso de la planificación empresarial.(Krause, 2004, pág. 82)

Los países que se logren desarrollar serán aquellos que establezcan un entorno favorable que fomente a los emprendedores, los que tienen presente que hacer negocios no es una tarea que por sí sola sea fácil.

El entorno adecuado puede ser un caldo de cultivo para los emprendedores, ya que el mismo es primordial pues estimula y entrega instrumentos, no obstante el emprendedor va a fabricar sus propias armas para conseguir lo imposible aunque esto ocurra después de muchas historias de éxitos y de fracasos.

Así mismo existen los emprendedores y los intra- emprendedores, como ya se mencionó anteriormente un emprendedor es una persona que se atreve a soñar e ir detrás de estos sueños para convertirlos en realidad, que no es únicamente el empresario que crea una empresa independiente sino que igualmente lo es un escritor que publica, un gerente que produce innovación y cambio al interior de su organización, un político que lucha por sus ideales, el emprendedor vive para desarrollar los sueños que comparte con genial conciencia de hacia dónde ir y de cómo llegar allí.

Por el contrario el intra-emprendedor constituye aquel emprendedor que se encuentra inserto en una organización no necesariamente dirigida por él, un jefe o gerente dentro de una gran organización sería un buen ejemplo, así mismo el intra-emprendedor busca la innovación y el cambio, desde la perspectiva de crear impacto de mejora incluso tomando el riesgo de equivocarse y todo lo que podrá traer este hecho consigo. (Harald, 1998, pág. 103)

2.4.2 LA METODOLOGÍA DEL EMPRENDIMIENTO

Uno de los dos pilares fundamentales para este proceso es el que las personas aprendan a conocerse tanto a sí misma como a tener confianza en sus propias habilidades y capacidades. Existe una frase que está grabada en letra de piedra desde hace 2.500 años en el atrio del templo de Delfos en la antigua Grecia, la cual es “Conócete a ti mismo” (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2003, pág. 47)

Sin embargo, es preciso tener en cuenta que para conocerse así mismo se necesita haber experimentado una serie de distintas situaciones, razón por la cual los alumnos en las universidades deben realizar cientos de presentaciones, muchas con poco tiempo de preparación, inventar empresas o negocios y llevarlas a cabo y al mismo tiempo encontrar la forma de resolver los problemas de personas, de finanzas, etc.

No obstante, los alumnos que han aprendido bajo esta metodología saben cuándo ser líderes y cuando ser seguidores, además conocen cuándo deben empujar y cuando halar. Saben cuándo seguir negociando y cuando cerrar un trato.

Siendo este uno de los puntos esenciales de la metodología de enseñanza del emprendimiento, en el que los alumnos son impulsados a hacer presentaciones de sus trabajos en varias ocasiones con lo cual ellos aprenden a tener confianza en lo que dicen y lo que presentan.

Cabe señalar que en muchas ocasiones estas presentaciones son grabadas para posteriormente ser analizadas con un experto en lenguaje corporal, lo que los ayudara a pulir sus habilidades y reconocer lo que hacen bien y mal, sin embargo en cursos de negociación pasan por continuos ejercicios que les permiten ir reconociendo sus propios estilos y las cosas que pueden potenciar y las que deben corregir. (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2003, pág. 49)

Resulta fundamental tener en cuenta que la enseñanza del emprendimiento es un proceso incremental, que se fundamenta en que los estudiantes son enfrentados a pequeños obstáculos, de dificultad levemente creciente por un periodo relativamente largo 4 a 5 años, sin embargo esto es algo que siempre las personas han sabido, es la forma de educar a sus hijos y jóvenes, por otra parte se los incentiva a que vayan superando obstáculos y que de esta forma ellos se vayan aproximando crecientemente a un estilo o personalidad basada en la auto confianza.

Un ejemplo a tomar en consideración es la forma que se preparan los grandes atletas, con pequeñas y crecientes metas, que les permite separar un objetivo en sub-objetivos menores, que se perciben como sencillas. En otras palabras es un entrenamiento sistemático y exigente, que al cabo de varios años le permiten al nuevo profesional saber que es capaz de abordar nuevas tareas y que lo realizara de una manera exitosa.

Claramente el enseñar emprendimiento es un cambio, y uno radical, que revaloriza y revitaliza el aprender haciendo y une el conocimiento duro con actividades de prácticas y creación reales. En síntesis, el cambio no se enfoca a nuevo planes de estudios, si no que a la forma de enseñar ejercicios y pruebas que deben superar los alumnos.(Hermida, Serra, & Kastica, 1990, pág. 161)

Un segundo aspecto es lo relacionado con el financiamiento de estos nuevos emprendimientos.

2.4.3 EL EMPRENDIMIENTO Y LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN.

Como es bien sabido una educación de calidad permite a las personas variadas posibilidades de expandir sus capacidades, adquirir el acervo cultural y desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para desempeñarse de modo adecuado en el mundo actual (Vaca, 2000, pág. 57)

Una buena educación contribuye además a la competitividad y al crecimiento económico de un país a través de dos vías:

1. Elevando la productividad de nuestra fuerza de trabajo y
2. Potenciando el desarrollo de áreas de mayor valor agregado.

En esta última línea existe una interacción entre capital humano y tecnología que no se puede eludir.

En esta evolución ha jugado un papel primordial la escasez de capital humano, una fuerza de trabajo poco hábil indudablemente que no atrae tecnologías de punta. Entonces, sin niveles adecuados de capital humano la llegada de tecnologías, no está completamente asegurada.

Igualmente una buena educación ayuda a construir una sociedad de mejores personas y puede reducir las significativas desigualdades económicas que afectan a nuestro país. Frente a esta realidad puede parecer absurdo escribir de educación y emprendimiento. (Freire, 2004, pág. 137)

Sin embargo, más allá de las distintas necesidades que se planteen, un sistema educacional no puede renunciar a satisfacer un estándar mínimo de calidad académica. Alcanzar ese estándar es algo a lo que no se puede renunciar.

2.4.4 EL EMPRENDIMIENTO Y LA ACTITUD EN EL APRENDIZAJE

La actitud es un mecanismo significativo para la predicción de las conductas, y se ha definido como reacción afectiva positiva o negativa hacia un objeto o proposición abstracta, constituye una forma de respuesta a alguien o a algo aprendida y relativamente permanente.(Fisher, Ury, & Patton, 1999, pág. 37)

Las actitudes son aprendidas, raras veces son asunto individual, generalmente son tomadas de grupos con los que existe mayor simpatía.

Las actitudes se componen de 3 elementos que son:

1. Lo que piensa (componente cognitivo),
2. Lo que siente (componente emocional)
3. La tendencia a manifestar los pensamientos y emociones (componente conductual).

Las actitudes están relacionadas con las emociones de una persona frente a determinada situación, cosa o persona. Se entiende por actitud una tendencia, disposición o inclinación para actuar en determinada manera. En la actitud se puede encontrar varios elementos, entre los que se distinguirán los pensamientos y las emociones. Las emociones son ingredientes normales en las actitudes. (Fisher, Ury, & Patton, 1999, pág. 39)

Una vez formada la actitud es difícil que se modifique, ello depende en gran medida del hecho de que muchas creencias, convicciones y juicios se remiten a la familia de origen. Efectivamente, las actitudes pueden haberse desarrollado desde los primeros años de vida y haberse reforzado posteriormente. Otras actitudes se aprenden de la sociedad, como es el caso de la actitud negativa

Existen ocasiones en que las actitudes pueden modificarse, lo cual obedece a diversas razones. Por ejemplo, una persona puede cambiar de grupo social y asimilar las actitudes del mismo. Lo que puede cambiar una actitud es la información que se tiene acerca del objeto.

La teoría del aprendizaje señala que se aprende actitudes de la misma forma en que se aprende todo lo demás, estas teorías del aprendizaje admiten a las personas como seres principalmente pasivos, cuyo aprendizaje depende del número y de la

fuerza de los elementos positivos y negativos previamente aprendidos.(Freire, 2004, pág. 139)

Cabe destacar que un estudiante universitario no aprende únicamente del entrenamiento clásico formal, sino que mucho de ese entrenamiento se completa con la experiencia que adquiere de su trabajo o en la red de contactos personales fuera del aula.

Sin embargo, a nivel universitario se debe establecer de modo claro el papel del formador de emprendedores y romper la tensión entre la teoría basada en la acumulación de grandes cantidades de información y la diseminación del conocimiento a cargo de un docente / entrenador y la práctica de reproducir en el aula, el contexto donde el emprendedor aprende como el empresario emprende. (Freire, 2004, pág. 140)

Además no solo es un simple cambio de perspectiva, pues las universidades se han especializado en la enseñanza de habilidades para la resolución de problemas, sin considerar que este proceso está lleno de conocimientos teóricos, donde se logra un acercamiento del alumno al conocimiento dentro de un proceso pasivo, en el que es presionado con tiempos limitados a comprender lo que se muestra y a que lo integre con lo aprendido, utilizando en muchas ocasiones la intuición o especulando para resolver los vacíos entre las teorías y la realidad.

2.4.5 CARACTERÍSTICAS DE UNA EDUCACIÓN PARA EMPRENDEDORES

Partiendo de una reflexión sobre los aspectos centrales de una educación para emprendedores puede derivarse lecciones para asegurar una mayor presencia de emprendedores en educación, y a la vez mediante esta vía conseguir una educación de mejor calidad.(Hernández, Fernández, & Baptista, 2004, pág. 45)

No existe la menor duda que esa reflexión acerca a las personas a un principio valioso el cual es alentar la educación. Al mismo tiempo es preciso enunciar que sino existe la libertad de desafiar lo existente no existirían emprendedores no solo en la ciencia, sino también en la cultura, las artes y por cierto, en el mundo de la empresa.

Una educación para emprendedores debe proporcionar a los estudiantes los conceptos y destrezas necesarias para reconocer las oportunidades que otras personas han desperdiciado. Igualmente ofrecer a esos sujetos el coraje, la intuición y el conocimiento para actuar donde otros han dudado. Del mismo modo se debe mencionar que aquí no se pueden equivocar pues el desarrollo de un pensamiento propio, abierto y crítico exige rigor y disciplina. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2004, pág. 47)

Rara vez una iniciativa empresarial que no esté implantada en un análisis profundo del mercado que se quiere abordar tendrá el éxito que se espera, la creatividad y por consiguiente una actitud emprendedora, en el campo de la ciencia, de las artes o de la empresa difícilmente será sólo el resultado de una actitud investigadora o crítica, sino que principalmente el producto de una actitud de estudio sostenida a la que la educación puede contribuir.

2.5 COMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO

Como ya se ha hecho mención emprender es un reto para todo aquel que toma esta decisión, sea cual sea el nivel o el tipo de emprendimiento. En algún momento de la vida todas las personas han asumido retos, como cuando se comienza a caminar, a leer o escribir, etc.

De la misma manera la mayoría de personas han asumido un emprendimiento, cuando se ha ofrecido un servicio a cambio de algún tipo de remuneración o gratificación, cuando se ha buscado un empleo, o cuando se ha realizado alguna

manualidad o material para luego venderlo a quien le agrade, en fin todo lo señalado representa un emprendimiento.(Gaither & Grazier, 2000, pág. 51)

Iniciar un emprendimiento para ganarse la vida aparte de ser un reto mayor, genera mayor presión, debido que en muchos casos requiere de inversiones, que involucran a otras personas. Por lo que se debe pensar bien a la hora de tomar una decisión de este tipo. Para lo cual en primer lugar es preciso tener en mente una idea de negocio o producto que aparte de ser una gran motivación garantice el éxito. (Grabinsky, 1992, pág. 73)

Es necesario recordar que empezar un negocio no es tarea fácil para el emprendedor, ya que el mismo debe poseer disposición para hacer que una empresa funcione, prepararse mental y económicamente y estar totalmente convencido de que no es mala idea lograr lo que se propone.

En un inicio va a necesitar todo el apoyo que sea posible de la gente en quien más confía como su esposa, hijos, hermanos, familiares quienes le pueden prestar dinero sin cobrarle intereses y que estarán dispuestos a trabajar sin agotarse, sin prestaciones, sin descansos en días festivos ni días domingos.

De la misma forma el emprendedor deberá estar convencido de que la nueva empresa no va a generar utilidades por lo menos un año, que necesitara mucho el trabajo de todos y que parcialmente empezará a generar dinero para salarios cuando empiece a tener ganancias razonables.

El emprendedor hasta crecer se encontrará en constante temor por lo que deberá estar preparado continuamente para imprevistos y nuevas inversiones en el negocio que en ocasiones parecerá ser un costal sin fondo. Todo negocio implica sacrificios en tiempo, vida familiar, temores ante lo imprevisto, alto riesgo de quiebra y en sus inicios, poco dinero.(Velásquez, 2006, pág. 57)

Cabe mencionar que todas las personas pueden empezar un negocio, lo malo es que muy pocas asumen la responsabilidad de manera adecuada y sin aprender las habilidades necesarias para iniciar una misión empresarial, algunas investigaciones sobre la personalidad empresarial han declarado que los empresarios son tan variados en su modo de ser, como lo es la población en general, es decir, a pesar de grandes esfuerzos para definir los rasgos de personalidad esenciales para el éxito de una misión empresarial, ninguna se ha encontrado a ciencia cierta y con bases sólidas.

Es esencial indicar que cualquiera persona podría convertirse en un empresario, aunque no por eso en un buen empresario, indudablemente, eso quiere decir que no todos lograran llevar con éxito una buena misión empresarial, ya que visiblemente existen algunas cosas que predisponen a algunos a obtener mayor éxito que otros.

El talento natural que muchas personas posee juega un papel muy importante para empezar un negocio, no obstante otras habilidades y conocimientos que pueden ser aprendidos en la actualidad, se hacen necesarios para afrontar el mundo empresarial de alta tecnología en el que hace mucho tiempo ha entrado la humanidad, los empresarios menos preparados se quedan rezagados en la gran selva empresarial en el que los más débiles fracasan.

Lo cual trae una gran enseñanza para quienes están pensando en empezar un negocio, la preparación constante y especializada es obligación de los que aspiren llevar su misión empresarial a las alturas, en la medida en que lo hagan y le lleven la delantera a su competencia, tendrán mayores posibilidades de trascender.

Cualquier persona puede emprender un negocio, lo importante será analizar y examinar cuidadosamente si vale la pena para quien se decide , empezar un negocio e iniciar una carrera empresarial al igual que cualquier otra carrera, toma tiempo para aprender, y cuanto más se aprenda más posibilidades se tendrá de ganar.

La decisión está en cada persona, en base a un análisis de conciencia, de la perspectiva amplia de todo lo que rodea el ser empresario, todo individuo debe decidir por sí mismo si usará su talento para el mundo empresarial o si mejor tomará una carrera tradicional, cuya decisión será sabia, porque de eso dependerá sin duda alguna, la clase de éxito que las personas obtendrán en una u otra carrera. Solo hay que tomar la decisión. (Velásquez, 2006, pág. 60)

2.6 ETAPAS DEL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO

Según el autor Eduardo Kastikaemprender es un proceso, nadie emprende de un día para otro, en mencionado proceso se pueden encontrar tres etapas:

1. La Intención, que es la sensación interna de querer hacer, desarrollar o cambiar algo. Especialmente es cuando se dice: voy a emprender, quiero construir una organización, quiero desarrollar un negocio. Es una sensación interna de querer hacer algo o cambiar una situación determinada.

2. El Pensamiento, esencialmente es transcribir toda esa intención de la primera etapa a algo concreto, analizando las distintas opciones, pensando más concretamente en el negocio. En esta etapa se dedica a definir el negocio, la visión y el camino que puede tomar, es donde se arma el plan de negocio, donde se pone en papel todas las ideas y donde se evalúael negocio.

3. La Acción, es donde se convierte el plan de negocio en acciones concretas. En esta etapa es donde se comienza con el emprendimiento, es donde se pone a prueba la intención y el pensamiento. Es la etapa donde se enfrenta con la realidad, donde se acciona y gestiona el negocio.

Razón por la cual se debe tener presente que para emprender siempre tienen que existir las tres etapas antes mencionadas: no hay acción enfocada sin pensamiento,

no hay pensamiento si no hay intención y finalmente, no hay emprendimiento si no hay acción. (Kastika, 2010, pág. 36)

2.7 CÓMO FINANCIAR UN EMPRENDIMIENTO

Cabe mencionar que existe un punto esencial que no logra solucionarse, el cual es el financiamiento. Es claro que este elemento es determinante a la hora de emprender. Asimismo se sabe que en muchas ocasiones este paso es uno de los más complicados. Sin embargo, no hay que desesperarse.(Schroeder, 1992, pág. 84)

Seguidamente se enunciaran las diferentes formas que existen para financiar la creación de un nuevo negocio, es decir, las diferentes maneras de conseguir dinero para invertir en la puesta en marcha de un negocio:

2.7.1 CAPITAL PROPIO

Constituye la forma más común para financiar la creación de un nuevo negocio haciendo uso del dinero que se pueda, ya sea de los ahorros o de cualquier otra fuente personal como, por ejemplo, del uso de tarjetas de créditos, o al vender activos personales.

Siempre es recomendable que al iniciar un negocio se debe utilizar capital propio ya que no se está en la obligación de pagar intereses ni tener que devolver el dinero al menos en la etapa de la creación, y posteriormente cuando el negocio empiece a crecer, se empezará a buscar fuentes externas de financiamiento.(Schroeder, 1992, pág. 86)

2.7.2 FAMILIARES

Si no se cuenta con suficiente capital propio, una alternativa es pedir dinero prestado a familiares, los cuales es muy probable que acepten realizar el préstamo confiando en la capacidad y responsabilidad de quien lo solicita

La ventaja de este tipo de financiamiento es que por lo general no se está en la obligación de pagar intereses (sin embargo por cuenta propia, en cuanto empiecen a haber utilidades, se podría retribuirles económicamente la confianza depositada), tampoco existe la obligación de devolver el dinero tan rápido, lo que permite laborar de manera tranquila en la creación del nuevo negocio, sin estar presionado por tener que devolver el dinero tan pronto y en una fecha límite.(Schroeder, 1992, pág. 87)

2.7.3 AMISTADES

Una alternativa de pedir dinero para la creación del nuevo negocio es la de solicitarlo a los amigos.

Lo habitual en este caso es que tanto el monto del préstamo así como el plazo para la devolución de éste sean menores, pero además, una desventaja de esta alternativa de financiamiento es que se podría deteriorar la amistad en caso de que no se pueda devolver el dinero en el plazo convenido.(Schroeder, 1992, pág. 88)

2.7.4 BANCOS

Al realizar este tipo de financiamiento resulta ser un poco complicado de acceder, ya que los bancos suelen otorgar créditos sólo a negocios en marcha y con determinada experiencia en el mercado, y no a aquellos que recién empiezan, sin embargo, acceder a un crédito bancario para iniciar un nuevo negocio no es imposible si se cuenta con buena reputación crediticia, buenas referencias comerciales, y una

atractiva idea de negocio con un sólido plan de negocios que la respalde.(Schroeder, 1992, pág. 89)

2.7.5 OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS

Se puede solicitar un préstamo a otras entidades financieras que estén orientadas a la pequeña y mediana empresa, las mismas que son más accesibles, pero así como en el caso anterior, la idea de negocio debe ser atractiva y estar respaldada por un sólido plan de negocios.

Existe una desventaja con este tipo de financiamiento ya que a diferencia de los bancos tradicionales, en estas entidades financieras el monto prestado es pequeño, y la tasa de interés es elevada.(Schroeder, 1992, pág. 90)

2.7.6 SOCIOS

Otra de las alternativas es buscar un socio que tenga las mismas motivaciones y aspiraciones, que invierta el mismo capital, y que aporte, además del dinero, otros recursos que sean complementarios a los que ya se posee como, por ejemplo, experiencia en algún aspecto del negocio, conocimiento del mercado, conocimientos de contactos comerciales, etc.

La desventaja de tener un socio es que más adelante puede haber desacuerdos, disputas, diferencias, etc., sobre todo si el negocio empieza a no lograr los objetivos esperados.(Schroeder, 1992, pág. 90)

2.7.7 INVERSIONISTAS

Esta se convertiría en otra alternativa de financiamiento para formar el negocio, tomando en cuenta que esto implica que la persona quiera financiar el total o una

parte de la inversión del negocio, y que como consecuencia de ello reciba un porcentaje de las utilidades de acuerdo a lo aportado.

La desventaja de hacer uso de este tipo de financiamiento es que se tiene que lidiar con el hecho de tener que pagar siempre una parte de las utilidades del negocio a alguien que invirtió inicialmente, y que luego no hizo más por crear o hacer crecer el negocio.(Schroeder, 1992, pág. 91)

2.7.8 CONCURSOS

Por último, existe otra forma de financiar la creación del negocio, el mismo que consiste en participar en concursos sobre proyectos de negocio que son organizados por organismos gubernamentales, universidades u otras entidades, en donde se premia a la mejor idea de negocio con el financiamiento total o parcial del proyecto.

Cabe destacar que si se cuenta con una atractiva e innovadora idea de negocio que esté respaldada por un sólido plan de negocios, se debe investigar sobre laexistencia de este tipo de concursos, ya que ésta podría ser una buena alternativa.(Schroeder, 1992, pág. 91)

3. INVESTIGACIÓN DEL PROBLEMA

3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, tiene como objetivos:

- *"La vinculación del quehacer científico tecnológico de la EPN con las demandas y necesidades sociales.*
- *El fomento de la producción tecnológica local a favor de las necesidades del país.*
- *La innovación de la actual gestión empresarial a nivel de gestión con base científico-tecnológica.*
- *La generación de una cultura corporativo-científica en la toma de decisiones".*(Escuela Politécnica Nacional, 2011)

Los objetivos mencionados anteriormente no buscan únicamente la transmisión de conocimientos sino el impulso en sus estudiantes y egresados el deseo de emprender con actitudes persistentes, innovadoras y arriesgadas a la creación de sus propios negocios contribuyendo al desarrollo económico-social propio y del país.

Al ser la Escuela Politécnica Nacional, reconocida por los altos estándares de excelencia que posee, calificada como una institución superior de Categoría A, orienta sus capacidades y esfuerzos al servicio de la comunidad, para contribuir al bienestar y desarrollo cultural, fomentando valores y principios en todas sus actividades.

Adicional, es necesario mencionar la contribución que genera la creación de nuevos negocios, no solo a sus emprendedores sino también a la sociedad, fomentando más fuentes de trabajo e ingresos para el desarrollo del país, a través, de la satisfacción de necesidades con la oferta de productos y servicios de calidad.

Por lo antes mencionado es importante fomentar a los principales actores como son los estudiantes, a plantear retos como la creación de sus propios negocios, que alcancen la cumbre con el éxito de los mismos, por lo cual, es necesario buscar herramientas que eleven el poder de decisión y la creatividad de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Empresarial y puedan así tomar decisiones sobre responsabilidades sociales, laborales, culturales y empresariales.

La presente propuesta busca identificar ciertas variables que influyen en la toma de decisiones de los estudiantes para formar sus propias empresas, con la finalidad de presentar algunas sugerencias, que permitirá modificar los comportamientos mediante la participación, creatividad, persistencia y justicia, factores que incidirán en su formación integral.

3.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (CUALITATIVA) DE LAS VARIABLES PROPUESTAS

La investigación exploratoria utilizada en este trabajo de investigación, se realiza normalmente cuando el problema a examinar es poco estudiado o que no ha sido abordado antes, además sirve para investigar problemas de comportamiento humano.

Por lo tanto es aplicable al tema de estudio: identificar las variables por las que algunos de los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional no emprenden sus propios negocios y sus posibles soluciones.

3.2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria se obtuvo de los archivos de la Facultad de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional.

3.2.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria se obtuvo de los datos proporcionados por artículos de revistas, libros de texto, enciclopedias, publicaciones periódicas y datos obtenidos en el Departamento de Informática de la Facultad de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional. Con el propósito de recopilar información y pautas importantes para el presente estudio.

3.2.3 DATOS SECUNDARIOS INTERNOS (E.P.N)

Los datos secundarios internos se recopilaron en la Facultad de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, para conocer las expectativas establecidas por los alumnos al momento de ingresar a la carrera mencionada.

3.2.4 DATOS SECUNDARIOS EXTERNOS

Se recopilaron con el propósito de conocer las decisiones de la mayoría de estudiantes que deciden seguir una carrera afín de crear sus propios negocios y administrar, partiendo mediante una investigación de las carreras que actualmente son preferidas por los futuros profesionales.

3.2.5 FUENTES DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

La información estadística se recopiló en la Escuela Politécnica Nacional, para establecer el número de estudiantes que siguen la carrera de Ingeniería Empresarial y finalizan sus estudios con éxito, así, como establecer qué porcentaje de los mismos han emprendido sus propios negocios.

3.3 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE LAS VARIABLES PROPUESTAS

3.3.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA ADOPTADOS AL ESTUDIO DE LAS VARIABLES

La investigación cuantitativa ha sido recopilada a través de una encuesta poblacional, dirigida a los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, lo que ha permitido recopilar información para luego de tabular, interpretar gráficamente y analizar los resultados, escoger las variables más relevantes para aplicar la prueba del chi cuadrado y con el análisis bivariado establecer las conclusiones y recomendaciones.

3.4 PLAN MUESTRA Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

3.4.1 PROCESO DEL DISEÑO DE LA MUESTRA

3.4.1.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN

La población a ser analizada en la presente investigación son estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, siendo un total de 627 alumnos.

3.4.1.2 MARCO DE LA MUESTRA

El marco muestral de la presente investigación se basa en la nómina de estudiantes de los últimos semestres y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, que dispone de información necesaria para aplicar el método de recopilación de datos cuantitativos de variables.

A continuación se menciona el marco muestral para la investigación:

- Graduados 2007-2011 (409 profesionales)
- Egresados Matriculados en tesis de Ing. Empresarial 2011 (171 egresados)
- Estudiantes matriculados en últimos semestres período 2010-2012 (47 estudiantes)

3.4.1.3 SELECCIÓN DE LA TÉCNICA DE MUESTREO

Para el presente estudio se considera la técnica **probabilística aleatoria simple**, donde todos los individuos tienen la probabilidad de ser parte de la muestra.

3.4.1.4 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

El cálculo del tamaño de la muestra se lo determinará mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NpqZ^2}{pqZ^2 + e^2(N-1)}$$

Dónde:
N = Tamaño del universo de la investigación = 627 estudiantes.
p = Probabilidad de aceptación = 0.5
q = Probabilidad de rechazo = (1-p) = 0.5
Z = Valor para un nivel de confianza de 95%= 1.964
e = Error tolerado = 5%

$$n = \frac{627*(0,5)\,(0,5)\,(1,964)^2}{(0,5)\,(0,5)(1,964)^2 + (0,05)^2\,(627-1)} = 239,05 \sim 240$$

El tamaño de la muestra es 240, cantidad que representa el número de encuestas a realizarse, sin embargo se la aplicó a 245 personas porque a veces algunas no contestan.

3.5 DETERMINACIÓN DE LOS TEMAS A CONSULTAR

SATISFACCIÓN DEL EMPRENDEDOR

Según Jaramillo (2004)*, e*ntre los puntos que mejor denotan la satisfacción del emprendedor están:

- *La mejora económica del emprendedor y su familia (22%), es la mayor satisfacción que le ha dejado al empresario, el haber emprendido la aventura de un negocio propio.*
- *El cumplimiento del deseo de sentirse dueño de algo –sentido de pertenencia- (19%).*
- *La posibilidad de generar empleo (18%)"* (Investigación de Dra. Verónica Moncayo).

FACTORES PARA EL ÉXITO

Según Dimensión empresarial (2010):

> *Los factores claves que un emprendedor de negocios debe tomar en cuenta a la hora de crear su empresa, si desea que ésta, en el mediano y largo plazo tenga resultados exitosos, son los siguientes:*

- *Intensidad en el trabajo (15%)*
- *Puntualidad (12%)*

- *Ganas de superación (11%)*
- *Organización y planificación en el trabajo (10%)*
- *Buen manejo de ventas y comercialización (10%)*
- *Calidad en los productos que vende (9%)*
- *Buen servicio al cliente (8%)*

Factores clave para emprender con éxito:

- *El que empieza un negocio debe tener claro que deberá trabajar más de 8 horas diarias.*
- *Ganas de salir adelante.*
- *Motivación por ser libre, independiente, sin jefes, sin horarios.*
- *Capacitación continua del empresario y de los trabajadores.*
- *Desde el punto de vista del financiamiento familiar, los suegros son los mejores financistas, los hermanos y cuñados son malos financistas.*
- *Utilice los conocimientos aprendidos como empleado de otra empresa a la hora de crear una empresa.*
- *El ser profesional no es un requisito para crear una empresa; lo que sí sucede es que los emprendedores profesionales arrancan con una ventaja.*
- *Busque oportunidades de negocios en lo que son necesidades básicas: alimentación, vestido, vivienda.*
- *Utilice técnicas de marketing para ampliar sus mercados.*
- *Es clave que el sistema educativo enfoque su acción hacia el aprendizaje del emprendimiento.*
- *Además de herramientas empresariales es importante formar en temas de honestidad y amor al trabajo duro.*
- *Es clave tener un objetivo claro de lo que se quiere hacer.*
- *Las alianzas son importantes para conseguir mejores resultados.*
- *El uso racional de los recursos financieros permite incluso tener excedentes que sirven para reinvertir en el mejoramiento institucional.*

- *Cuando inicie algo no se olvide de los pequeños detalles, muchas veces éstos son las principales causas de que las cosas no salgan bien.*
- *La definición transparente de las políticas salariales es importante para evitar situaciones de inequidad.*

- *Evite un crecimiento desmedido, siempre pregúntese si lo que va a realizar tiene que ver con la razón de ser la institución.*

FACTORES PARA EL FRACASO

Continuando con la publicación de Dimensión empresarial (2010), los factores para el fracaso son:

1. Falta de planificación
2. Marketing deficiente
3. Desaliento
4. Falta de fondos
5. Ignorar al cliente
6. Ignorar a la competencia

3.6 ESCALAS DE MEDICIÓN

Según McDaniel(1999) los tipos de escalas de medición son:

Clasificación Q.- Forma complicada de ordenamiento por rango mediante tarjetas.

Diferencial semántico.- Método para comparar las fuerzas y debilidades de un producto o compañía con las de la competencia, mediante un rango correspondiente entre pares.

Escala Likert.- Escala en la cual el entrevistado especifica un nivel de acuerdo o desacuerdo con enunciados que expresan una actitud favorable o desfavorable con respecto al objeto en estudio.

Escala Stapel.- Escala que va de +5 a -5, se requiere que el entrevistado indique con que exactitud y en qué sentido un adjetivo descriptivo se adapta a determinado concepto.

Escala de comparación pareada.- Escalas que piden al entrevistado elija entre dos objetos de un conjunto basados en algunos criterios formulados previamente.
Entre dos características de un producto, el entrevistado elije cual es la más importante para adquirir el mismo.

Escalas de orden de rango.- Escalas en las cuales el entrevistado compara un tiempo contra otro o un grupo de artículos entre sí y los califica.

Escalas de suma constante.- Escalas que piden al entrevistado que divida determinado número de puntos, generalmente 100, entre dos o más atributos dependiendo de su importancia para la persona.

La escala de medición utilizada con mayor frecuencia en el cuestionario a elaborar en el presente estudio es:

La escala de Likert que permite calificar el grado de acuerdo o desacuerdo que tiene el encuestado con enunciados que expresan una actitud favorable o desfavorable con respecto al objeto en estudio.

Se considera otras escalas de medición como: intervalos y de razón, sin embargo, la más utilizada será la mencionada anteriormente.

3.7 EL CUESTIONARIO

3.7.1 ESPECIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

La información requerida son factores que influyen para que el estudiante o egresado de la Carrera de Ingeniería Empresarial, no tome o haya tomado la decisión de emprender su propio negocio.

Partiendo de la recopilación de información general sobre el encuestado, los mismos que son considerados como premisas para realizar las encuestas y continuar con los puntos claves para el desarrollo de la investigación.

A continuación, se compila información sobre los objetivos propuestos al seleccionar la carrera, los conocimientos adquiridos durante la misma y las causas que le han impedido cumplir con el objetivo primordial de la profesión. Así como el conocimiento de factores de éxito y fracaso al momento de emprender un negocio.

3.7.2 ESPECIFICACIÓN EL TIPO DE ENTREVISTA-ENCUESTA

El tipo de encuesta a utilizar es por Internet a través de correos electrónicos dirigidos a los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial.

3.7.3 CONTENIDO DE LAS PREGUNTAS

El cuestionario consta de 22 preguntas enfocadas a la recopilación de información específica requeridas para la solución del problema propuesto.

Partiendo de factores que motivaron a la elección de la carrera, para luego dirigir las preguntas a conocer los motivos o causas que limitaron a los estudiantes para emprender sus propios negocios.

Las preguntas establecidas permiten conocer paso a paso el proceso del estudiante de la carrera de Ingeniería empresarial, desde la decisión de seleccionar la carrera, los conocimientos adquiridos en la institución y el cumplimiento o no de objetivos planteados al finalizar los estudios.

3.7.4 REDACCIÓN DE LAS PREGUNTAS

El cuestionario cuenta con preguntas de selección múltiple para facilitar al encuestado la proporción de información así como al encuestador el análisis de esta información recopilada, que cumpla con el objetivo del estudio.

Además se utilizarán preguntas dicotómicas que limiten al encuestado a seleccionar una opción única, presentando dos alternativas: SI o NO.

Finalmente se utilizarán dos preguntas abiertas que permitirán conocer la opinión de los encuestados sobre los factores que influyen en la decisión de no emprender sus propios negocios y recomendaciones que se podrá obtener de acuerdo a la experiencia adquirida en la Escuela Politécnica Nacional o en su vida diaria.

3.7.5 REPRODUCCIÓN DEL CUESTIONARIO

A continuación se presenta el cuestionario utilizado para realizar la encuesta:

INFORMACIÓN GENERAL

Género	Sector residencial actual	Estado Civil	Tiene hijos
Femenino…… ☐	Centro…… ☐	Casado…… ☐	Si……..…… ☐
Masculino……. ☐	Norte…….. ☐	Soltero…… ☐	No……..…. ☐
	Sur..... ☐	Unión libre... ☐	
	Valles……. ☐	Divorciado… ☐	

DATOS ESPECÍFICOS

1. ¿Antes de elegir su profesión, recibió orientación vocacional para escoger su carrera?

   Poco…… ☐
   Medio…… ☐
   Medio alto……. ☐
   Alto……..…….. ☐

2. ¿Por qué eligió esta carrera? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 5 menos importante)

   Por influencia de amigos…… ☐
   Por influencia familiar…….. ☐
   Por decisión propia…… ☐
   Por el mercado objetivo de la carrera…. ☐
   Otra…… ☐
   Especifique……

3. ¿Ejerce actualmente su profesión?

   Si…….. ☐
   No…… ☐
   Parcialmente…….. ☐

4. ¿Tiene negocio propio?

   Si…….. ☐
   No…… ☐
   En proyecto……. ☐

5. Si usted no tiene un negocio, escoja de las opciones la causa que le ha impedido emprender el mismo (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 6 menos importante)

   Por falta de apoyo familiar…… ☐
   Por falta de financiamiento..……..…… ☐
   No llena las expectativas personales…….. ☐
   Miedo a lo desconocido…… ☐
   Por desconocimiento teórico…… ☐
   Otra…… ☐
   Especifique……

6. ¿Considera usted que existe demanda de profesionales en Ingeniería Empresarial?

   Si…… ☐
   No…… ☐

7. ¿Si contara con el apoyo financiero estaría usted dispuesto a iniciar su propio negocio donde pueda ejercer su profesión?

Si…… ☐
No……. ☐
No sabe… ☐

8. ¿Conoce usted sobre el apoyo del gobierno para el emprendimiento de nuevos negocios?

Si……. ☐
No…… ☐

9. ¿Según su criterio cuales son las características que debe poseer un Ingeniero empresarial para tener un negocio?(Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 11 menos importante)

Firmeza ☐
Motivación ☐
Seriedad ☐
Rectitud ☐
Lealtad ☐
Atractivo ☐
Honradez ☐
Posgrados ☐
Alegría ☐
Emprendimiento ☐
Experiencia ☐

10. ¿Considera usted que las materias recibidas en las aulas de clase de la Universidad fueron las adecuadas para poder emprender un negocio?

Poco…… ☐
Medio…… ☐
Medio alto……. ☐
Alto…….…….. ☐

11. ¿En qué trabaja actualmente?

Asistente de mostrador…… ☐
Comercio ambulante……. ☐
Negocio familiar…… ☐
Administración pública…… ☐
Negocio propio…….. ☐
Taxista…… ☐
Oficina…… ☐
Ventas…… ☐
No trabaja…….…… ☐
Otra…….. ☐

Especifique……

12. ¿Es difícil ejercer la profesión de Ingeniería Empresarial?

Si…….. ☐
No…… ☐
Porque…… ☐

13. ¿Ejerce o en algún momento ejerció la profesión de Ingeniería Empresarial?

Si…… ☐
No…… ☐

14. Si usted trabajó en una empresa y dejo de laborar, indique la razón (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 11 menos importante)

Problemas familiares…… ☐
No cumplió con sus expectativas… ☐
Poca remuneración…… ☐
Muchas horas de trabajo…… ☐
Acoso sexual…… ☐
Maltrato laboral…… ☐
Matrimonio…… ☐
Distancia…… ☐
Viaje…… ☐
Conflictos entre compañeros…… ☐
Otro…… ☐

Especifique……

15. ¿Cuál fue la reacción de sus familiares al enterarse de su decisión de no ejercer su profesión?

Aceptaron su decisión……	
Cuestionaron su decisión……	
Indiferente……..……	
Otro……..……..……	
Especifique…….……	

16. ¿De qué cree usted que depende el éxito de un negocio? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 6 menos importante)

Los conocimientos adquiridos en las aulas…	
De los deseos de superación……	
Del grado de emprendimiento que posee el administrador……	
De la experiencia……..	
Del mercado……..	
Del marketing…….	

17. ¿Qué es más conveniente para usted? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 4 menos importante)

Emprender un nuevo negocio	
Seguir desempleado	
Laborar en relación de dependencia	
Seguir estudiando	

18. La ingeniería empresarial ¿Aporta directamente a la economía de un país?

Si……	
No……	
No sabe……	

19. ¿Le gusta tomar decisiones?

Si……..	
No……	

20. ¿En ocasiones otras personas han tomado decisiones por Usted?

Si……..	
No……	

21. ¿Cuál cree usted que son los inconvenientes o problemas que pueden surgir en un negocio?

a._____

b._____

c._____

22. En base a los inconvenientes señalados en la pregunta anterior que recomendaciones haría a sus compañeros para emprender sus propios negocios.

a._____

b._____

c._____

3.8 PRUEBA PILOTO

Según Malhotra (2004) la prueba piloto es la aplicación del cuestionario en una pequeña muestra de encuestados con el fin de mejorarlo al identificar y eliminar problemas potenciales.

La prueba piloto se realizó a 10 personas entre estudiantes y egresados de la carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, de manera directa, para conocer las reacciones e inquietudes sobre el cuestionario. Los encuestados en su totalidad indicaron que las preguntas son claras y no existe dificultad para responderlas, por lo tanto se concluye que no requiere de cambios el cuestionario presentado y se trabajó con este para aplicarlo a toda la muestra determinada en punto anteriores.

3.9 RECOPILACIÓN DE LOS DATOS

La encuesta se realizó a estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial, con una población de 627 individuos, de los cuales se considera una muestra de 245 personas para aplicar el cuestionario, que a través de una prueba piloto, se estableció su efectividad.

El método utilizado para realizar la encuesta es por medio de un correo electrónico a través, del internet, la información de los correos electrónicos de estudiantes y egresados se consideró de la base de datos proporcionada por la Escuela Politécnica Nacional, Carrera de Ingeniería Empresarial.

Se estima un tiempo de 15 minutos para llenar el cuestionario y un tiempo máximo de entrega de 24 horas, para realizar el debido análisis e interpretación de resultados.

3.10 PRUEBA DEL CHI CUADRADO (X^2)

El X^2 es una prueba estadística que sirve para evaluar hipótesis acerca de la relación de dos variables categóricas.

Fórmula X^2:

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

Dónde:
fo: Frecuencias Observadas
fe: Frecuencias Esperadas(Gujarati, 2003)

En la presente investigación se aplicó la prueba del X^2 a las variables más relevantes del porqué algunos estudiantes y egresados de la Carrera en estudio no han emprendido un negocio propio, la relación ha sido calculada y con el análisis estadístico se elaboró las conclusiones.

4. ANÁLISIS DE LOS DATOS

4.1 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOSY ANÁLISIS CON LA PRUEBA DEL CHI CUADRADO.

Los datos recopilados en la encuesta realizada a estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial, fueron tabulados e interpretados estadísticamente, a las variables más relevantes se les aplicó la prueba del X^2para determinar la aceptación o no de la hipótesis

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Género

Tabla 1 - Género Encuestado

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Femenino	155	63%
Masculino	90	37%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

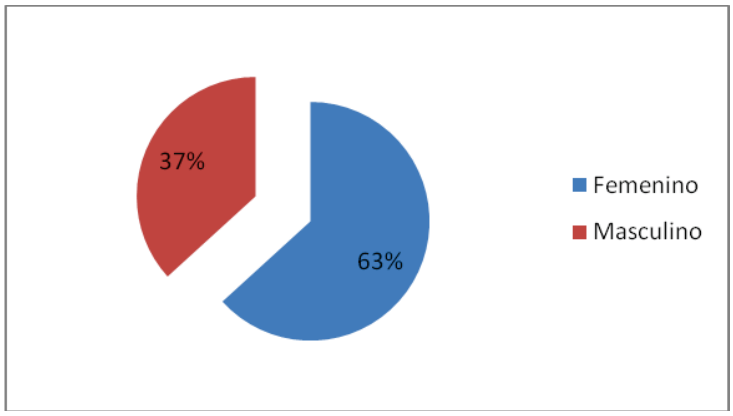

Figura 1 - Género del encuestado
Encuesta poblacional (2012)

La mayoría de encuestados son del género femenino, con un porcentaje total del 63%.Al relacionar las variables independiente: GÉNERO y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 2–Frecuencias Observadas

	TENER NEGOCIO			
GÉNERO	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Masculino	15	63	12	90
Femenino	28	126	1	155
TOTAL	43	189	13	245

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 3–Frecuencias Esperadas

	TENER NEGOCIO			
GÉNERO	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Masculino	15,7959184	69,4285714	4,7755102	**90**
Femenino	27,2040816	119,571429	8,2244898	**155**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	$(OBS-ESP)^2$	$(OBS-ESP)^2/ESP$
-0,79591837	0,63348605	0,04
-6,42857143	41,3265306	0,6
7,2244898	52,1932528	10,93
0,79591837	0,63348605	0,02
6,42857143	41,3265306	0,35
-7,2244898	52,1932528	6,35
X^2=		**18,29**

Grados de libertad: 2[1]

Significancia: 95%[2]

Valor Tabla[3]: 5,991 (Mendoza, 2010)

[1] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[2] Se toma el 0,05% de error
[3] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

Hipótesis:

Ho: No hay relación entre el GÉNERO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Ha: Si hay relación entre el GÉNERO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:

El X^2 calculado (18,29) es mayor al X^2 de la tabla (5,991), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir el GÉNERO, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO.

b) Sector residencial actual

Tabla 4 - Sector residencial actual

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Centro	41	39%
Norte	98	92%
Sur	80	75%
Valles	26	25%
TOTAL ENCUESTADOS	**106**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

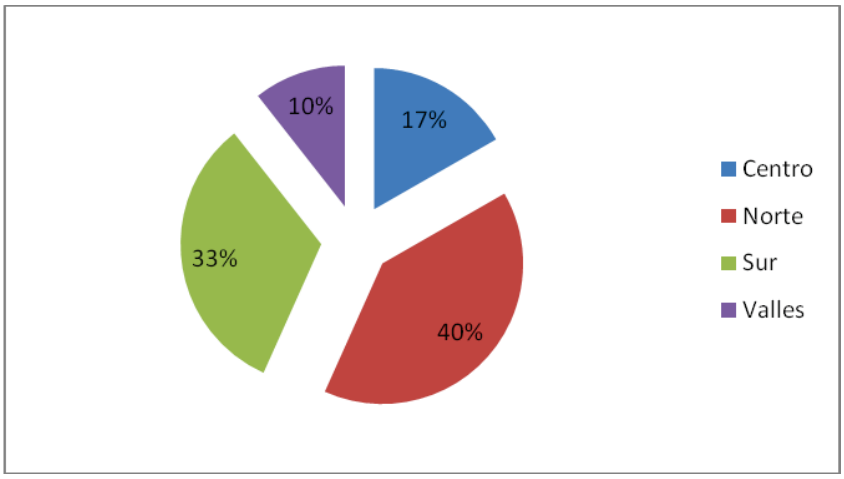

Figura 2 – Sector de residencia actual
Encuesta poblacional (2012

De la población analizada en 40% vive en el Norte de Quito, seguido del 33% que reside en el Sur de la ciudad, el 17% tiene su residencia actual en el Centro y finalmente el 10% viven en los Valles de la ciudad.

c) Estado Civil

Tabla 5- Estado Civil

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Casado	118	97%
Divorciado	5	4%
Soltero	64	52%
Unión Libre	58	48%
TOTAL ENCUESTADOS	**122**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

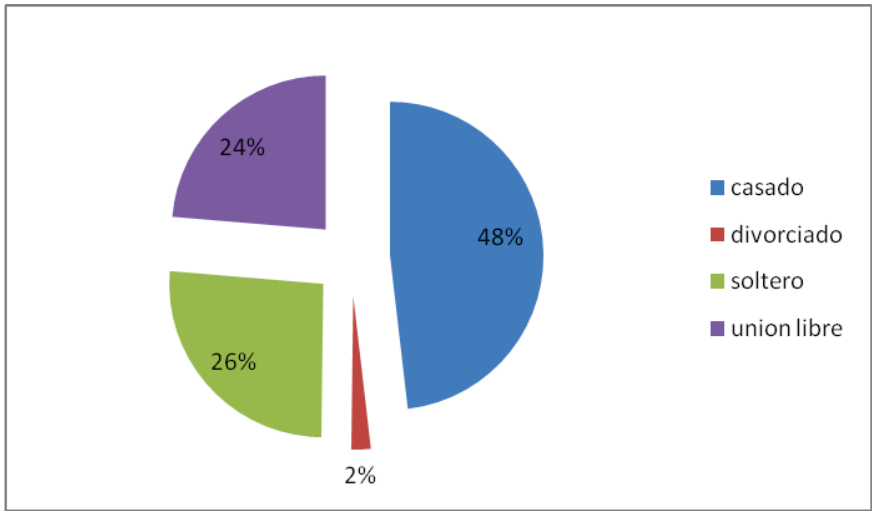

Figura 3 – Estado Civil
Encuesta poblacional (2012)

El estado civil del 48% de los encuestados es casado (a), el 24% mantienen una relación de unión libre, seguido del 26% que son solteros y finalmente el 2% restante corresponde a las personas encuestadas divorciadas. Al relacionar las variables independiente: ESTADO CIVIL y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 6–Frecuencias Observadas

	TENER NEGOCIO			
ESTADO CIVIL	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Casado	21	85	12	**118**
Soltero	22	41	1	**64**
Unión libre	0	58	0	**58**
Divorciado	0	5	0	**5**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 7–Frecuencias Esperadas

	TENER NEGOCIO			
ESTADO CIVIL	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Casado	20,7102041	91,0285714	6,26122449	**118,00**
Soltero	11,2326531	49,3714286	3,39591837	**64,00**
Unión libre	10,1795918	44,7428571	3,07755102	**58,00**
Divorciado	0,87755102	3,85714286	0,26530612	**5,00**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	$(OBS-ESP)^2$	$(OBS-ESP)^2/ESP$
0,28979592	0,08398167	0,00
-6,02857143	36,3436735	0,40
5,73877551	32,9335444	5,26
10,7673469	115,93576	10,32
-8,37142857	70,0808163	1,42
-2,39591837	5,74042482	1,69
-10,1795918	103,62409	10,18
13,2571429	175,751837	3,93
-3,07755102	9,47132028	3,08
-0,87755102	0,77009579	0,88
1,14285714	1,30612245	0,34
-0,26530612	0,07038734	0,27
***X^2*=**		**37,77**

Grados de libertad: 6[4]

Significancia: 95%[5]

Valor Tabla[6]: 12,592 (Mendoza, 2010)

[4] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[5] Se toma el 0,05% de error
[6] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

Hipótesis:

Ho: No hay relación entre el ESTADO CIVIL y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Ha: Si hay relación entre el ESTADO CIVIL y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:

El X^2 calculado(37,77) es mayor al X^2 de la tabla (12,592), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir el ESTADO CIVIL, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO.

d) Tiene hijos

Tabla 8 - Tiene Hijos

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	84	34%
Si	161	66%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

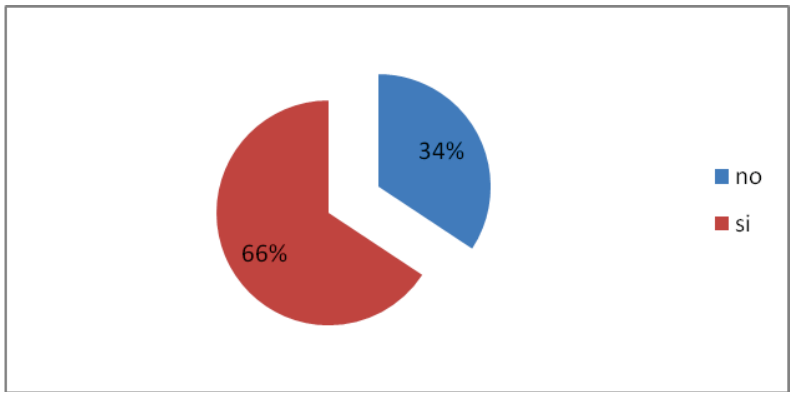

Figura 4 - Tiene Hijos
Encuesta poblacional (2012)

Del total de los encuestados la mayoría tienen hijos (66%), mientras que el 34% de los mismos no tienen hijos. Al relacionar las variables independiente: TENER HIJOS

y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 9–Frecuencias Observadas

	TENER NEGOCIO			
TIENE HIJOS	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Si tiene	43	105	13	**161**
No tiene	0	84	0	**84**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 10–Frecuencias Esperadas

	TENER NEGOCIO			
TIENE HIJOS	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Si tiene	28,2571429	124,2	8,54285714	**152,457143**
No tiene	14,7428571	64,8	4,45714286	**79,5428571**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	$(OBS-ESP)^2$	$(OBS-ESP)^2/ESP$
14,7428571	217,351837	7,69
-19,2	368,64	2,97
4,45714286	19,8661224	2,33
-14,7428571	217,351837	14,74
19,2	368,64	5,69
-4,45714286	19,8661224	4,46
X^2=		**37,88**

Grados de libertad: 2[7]

Significancia: 95%[8]

Valor Tabla[9]: 5,991 (Mendoza, 2010)

[7] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[8] Se toma el 0,05% de error
[9] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

Hipótesis:

Ho: No hay relación entre el TENER HIJOS y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Ha: Si hay relación entre el TENER HIJOS y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:

El X^2 calculado(37,88) es mayor al X^2de la tabla (5,991), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir elTENER HIJOS, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO.

II. DATOS ESPECÍFICOS

1. ¿Antes de elegir su profesión, recibió orientación vocacional para escoger su carrera?

Tabla 11 - Recibió orientación vocacional

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Alto	35	14%
Medio	80	33%
Medio alto	37	15%
Poco	93	38%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

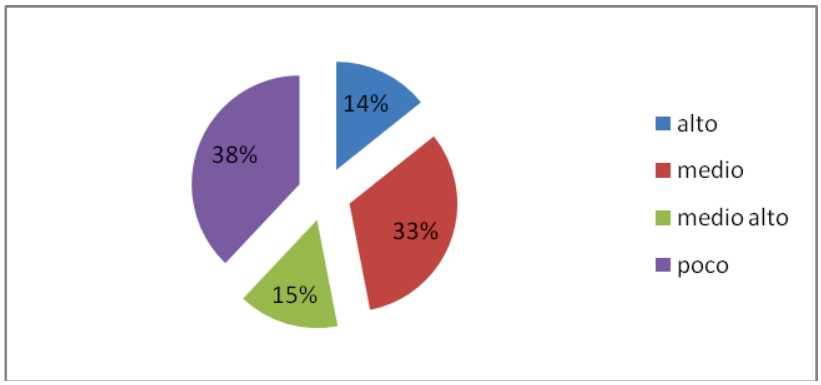

Figura 5- Recibió orientación vocacional
Encuesta poblacional (2012)

Antes de elegir la profesión el 38% recibió poca orientación vocacional, el 33% que tuvo una orientación media, seguido del 15% con orientación medio alta y finalmente el 14% que favorecido con una orientación vocacional alta.

2. ¿Por qué eligió esta carrera? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 5 menos importante)

Tabla 12 - ¿Por qué eligió la carrera?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Por decisión propia	111	45%
Por el mercado objetivo de la carrera	79	32%
Por influencia de amigos	11	4%
Por influencia familiar	44	18%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

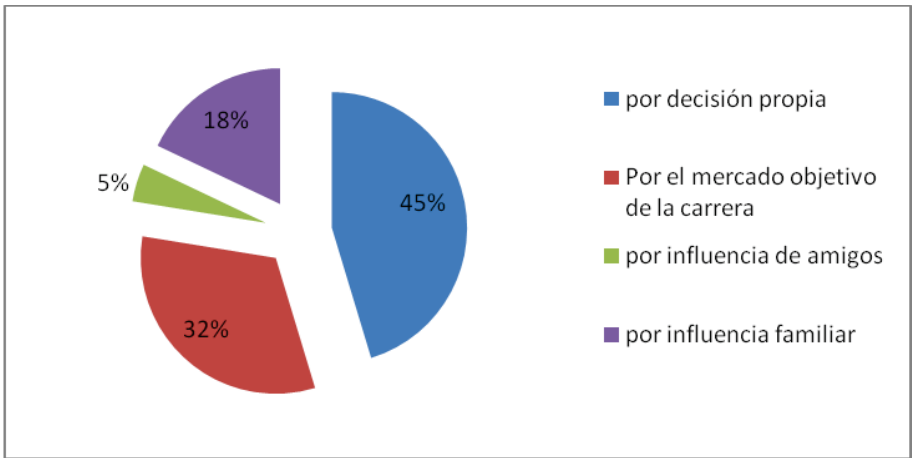

Figura 6- ¿Por qué eligió la carrera?
Encuesta poblacional (2012)

La mayoría de la población encuestada, decidió seguir la carrera de Ingeniería Empresarial por decisión propia (45%), seguido del 32% que analizó el mercado objetivo para seguir la misma, el 18% seleccionó la carrera por influencia de sus familiares y el 5% restante decidió seguir la carrera por influencia de amigos.

3. ¿Ejerce actualmente su profesión?

Tabla 13 - Ejerce su profesión

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	43	18%
Parcialmente	46	19%
Si	156	64%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

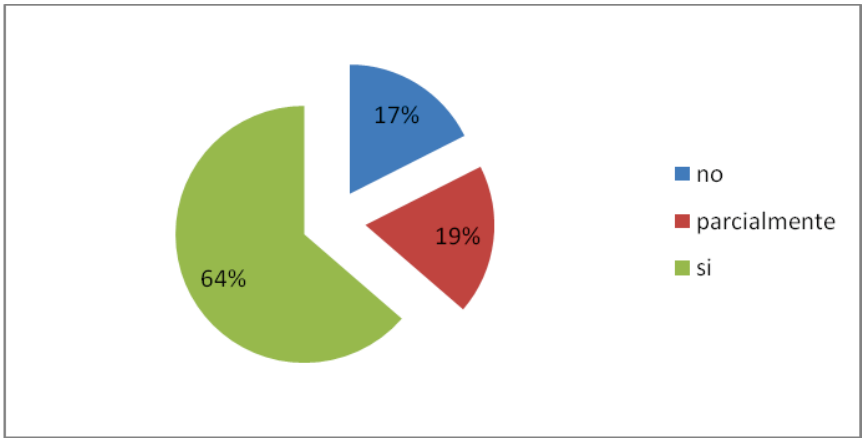

Figura 7- Ejerce su profesión
Encuesta poblacional (2012)

Actualmente el 64% de los encuestados ejerce su profesión, seguido del 19% que ejerce parcialmente la misma y finalmente el 17% que hoy en día no ejerce la profesión de Ingeniería Empresarial.

4. ¿Tiene negocio propio?

Tabla 14 - Tiene negocio propio

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
En proyecto	13	5%
No	189	77%
Si	43	18%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

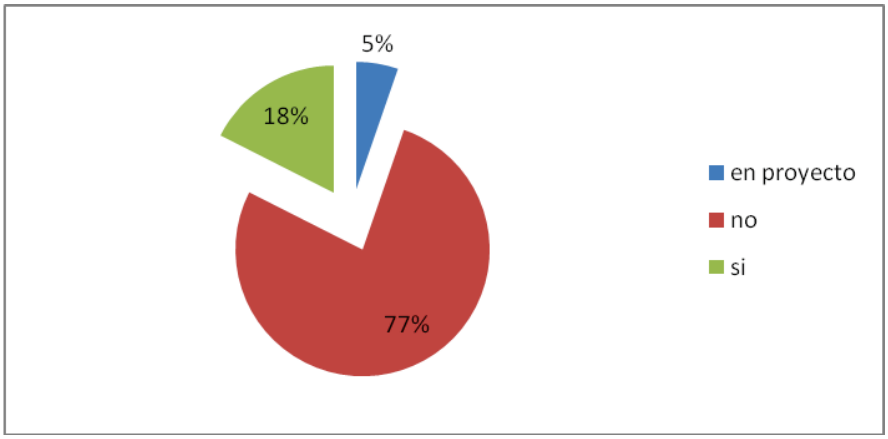

Figura 8- Tiene negocio propio
Encuesta poblacional (2012)

El 77% de estudiantes y egresados en la actualidad no dispone de un negocio propio, un porcentaje mínimo de los mismos ya poseen un negocio (18%), es importante mencionar que el 5% están en proceso de emprendimiento de un negocio, a pesar de ser un porcentaje mínimo, se observa la iniciativa de los mismo por poseer un negocio propio.

5. Si usted no tiene un negocio, escoja de las opciones la causa que le ha impedido emprender el mismo (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 6 menos importante)

Tabla 15 - Causas de no emprender un negocio propio

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Miedo a lo desconocido	99	40%
No llena las expectativas personales	21	9%
Por desconocimiento teórico	9	4%
Por falta de apoyo familiar	15	6%
Por falta de financiamiento	55	22%
(En blanco)	46	19%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

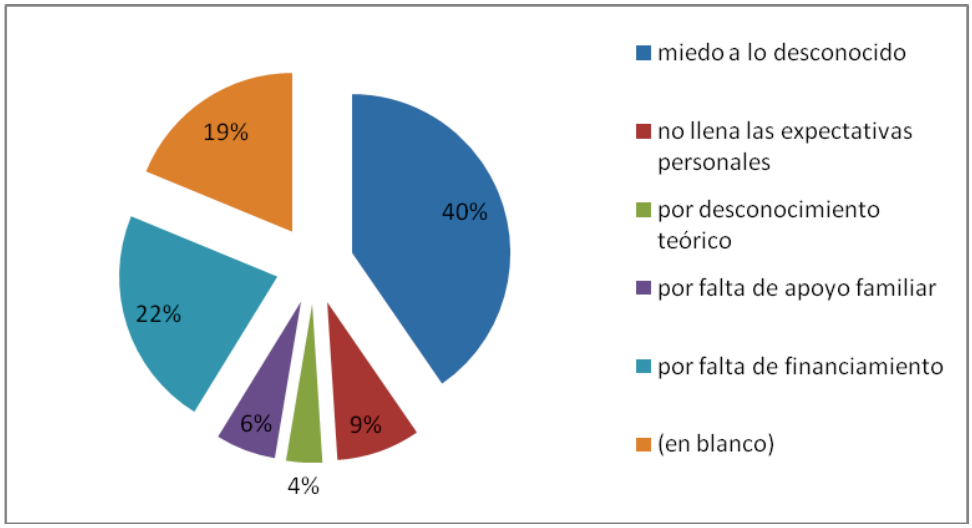

Figura 9- Causas de no emprender un negocio propio
Encuesta poblacional (2012)

Las causas principales de no poseer un negocio propio se distribuyen de la siguiente manera: el 40% no ha emprendido su propio negocio por el miedo a lo desconocido es decir por la incertidumbre que se presenta al iniciar este tipo de actividades; el 22% no dispone de un financiamiento adecuado para poner en marcha una idea de negocio; causas que se consideran como las principales, sin embargo, el porcentaje restante no emprende su negocio porque este propósito no llena las expectativas de encuestado (9%), no tiene el apoyo familiar esperado (6%) y el 4% piensa que no dispone de los conocimientos teóricos necesarios para emprender un negocio.

6. ¿Considera usted que existe demanda de profesionales en Ingeniería Empresarial?

Tabla 16 - Considera que existe demanda en la Carrera de Ingeniería Empresarial

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	40	16%
Si	205	84%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

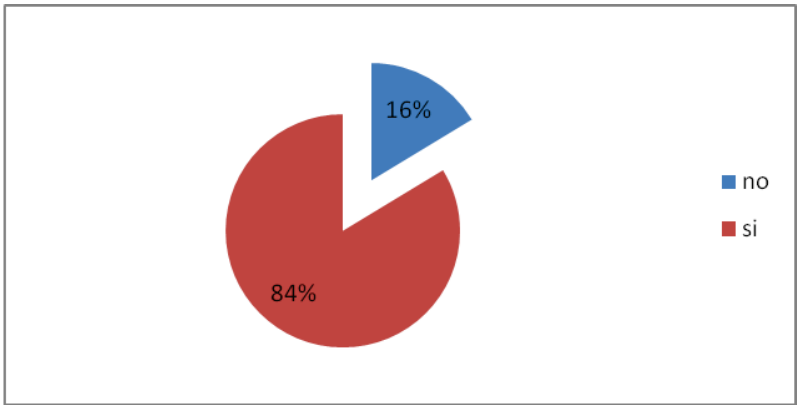

Figura 10- Considera que existe demanda en la Carrera de Ingeniería Empresarial
Encuesta poblacional (2012)

El 84% de la población encuestada considerada como mayoría menciona que existe demanda de Ingenieros Empresariales, mientras que el 16% restante menciona que no existe demanda de este tipo de profesionales.

7. ¿Si contara con el apoyo financiero estaría usted dispuesto a iniciar su propio negocio donde pueda ejercer su profesión?

Tabla 17 – Emprendería un negocio si tiene apoyo financiero

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	19	8%
No sabe	76	31%
Si	150	61%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

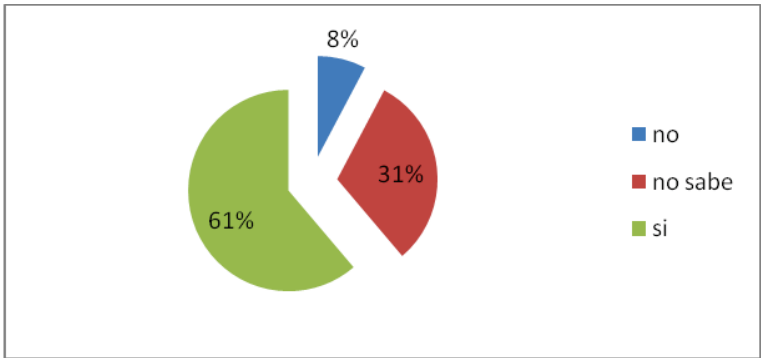

Figura 11– Emprendería un negocio si tiene apoyo financiero
Encuesta poblacional (2012)

La mayoría de encuestados consideran que al disponer del financiamiento necesario, estaría dispuesto a emprender un negocio (61%), el 31% no está seguro si crear un negocio sería una buena opción si dispone del dinero requerido y finalmente el 8% no estaría dispuesto a crear un negocio a pesar de disponer los recursos financieros.

Al relacionar las variables independiente: CONTAR CON APOYO FINANCIERO y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 18–Frecuencias Observadas

	TENER NEGOCIO			
CONTAR CON APOYO FINANCIERO	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Si iniciaría	15	127	8	**150**
No iniciaría	16	3	0	**19**
No sabe	12	59	5	**76**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 19–Frecuencias Esperadas

	TENER NEGOCIO			
CONTAR CON APOYO FINANCIERO	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Si iniciaría	26,3265306	115,714286	7,95918367	**150,00**
No iniciaría	3,33469388	14,6571429	1,00816327	**19,00**
No sabe	13,3387755	58,6285714	4,03265306	**76,00**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	$(OBS-ESP)^2$	$(OBS-ESP)^2/ESP$
-11,3265306	128,290296	4,87
11,2857143	127,367347	1,10
0,04081633	0,00166597	0,00
12,6653061	160,409979	48,10
-11,6571429	135,88898	9,27
-1,00816327	1,01639317	1,01
-1,33877551	1,79231987	0,13
0,37142857	0,13795918	0,00
0,96734694	0,9357601	0,23
X^2=		**64,71**

Grados de libertad: 4[10]

Significancia: 95%[11]

Valor Tabla[12]: 9,488 (Mendoza, 2010)

Hipótesis:

Ho: No hay relación entre el CONTAR CON APOYO FINANCIERO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Ha: Si hay relación entre el CONTAR CON APOYO FINANCIERO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:

El X^2 calculado (64,71) es mayor al X^2 de la tabla (9,488), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir el CONTAR CON APOYO FINANCIERO, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO.

8. ¿Conoce usted sobre el apoyo del gobierno para el emprendimiento de nuevos negocios?

Tabla 20 - Conoce del apoyo Gubernamental para el emprendimiento de negocios

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	96	39%
Si	149	61%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

[10] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[11] Se toma el 0,05% de error
[12] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

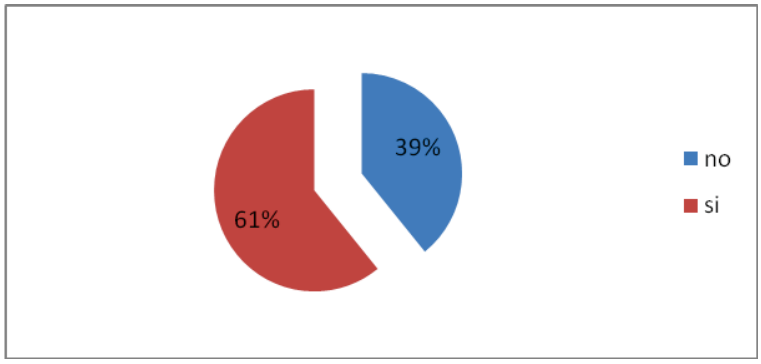

Figura 12- Conoce del apoyo Gubernamental para el emprendimiento de negocios
Encuesta poblacional (2012)

El apoyo Gubernamental que actualmente existe para el emprendimiento de nuevos negocios es conocido por la mayoría de los encuestados representados por el 61%, mientras que el 39% restante no conoce de esta iniciativa del Gobierno para fomentar la creación de nuevos negocios.

Al relacionar las variables independiente: CONOCER DEL APOYO DEL GOBIERNO y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 21–Frecuencias Observadas

	TENER NEGOCIO			
CONOCER DEL APOYO DEL GOBIERNO	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Si conoce	15	126	8	**149**
No conoce	28	63	5	**96**
TOTAL	43	189	13	**245**

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 22–Frecuencias Esperadas

	TENER NEGOCIO			
CONOCER DEL APOYO DEL GOBIERNO	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Si conoce	26,1510204	114,942857	7,90612245	**141,093878**
No conoce	16,8489796	74,0571429	5,09387755	**90,9061224**
TOTAL	43	189	13	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	$(OBS-ESP)^2$	$(OBS-ESP)^2/ESP$
-11,1510204	124,345256	4,75
11,0571429	122,260408	1,06
0,09387755	0,00881299	0
11,1510204	124,345256	7,38
-11,0571429	122,260408	1,65
-0,09387755	0,00881299	0
X^2=		**14,84**

Grados de libertad: 2[13]

Significancia: 95%[14]

Valor Tabla[15]: 5,991 (Mendoza, 2010)

Hipótesis:

Ho: No hay relación entre el CONOCER DEL APOYO DEL GOBIERNO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Ha: Si hay relación entre el CONOCER DEL APOYO DEL GOBIERNO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:

El X^2 calculado (14,84) es mayor al X^2 de la tabla (5,991), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir el CONOCER DEL APOYO DEL GOBIERNO, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO, en este caso existe una relación inversa, en donde la variable independiente afecta negativamente al TENER NEGOCIO PROPIO.

9. ¿Según su criterio cuales son las características que debe poseer un Ingeniero empresarial para tener un negocio? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 11 menos importante)

[13] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[14] Se toma el 0,05% de error
[15] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

Tabla 23 - Características de un Ingeniero Empresarial

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Emprendimiento	80	33%
Experiencia	25	10%
Firmeza	3	1%
Honradez	29	12%
Lealtad	19	8%
Motivación	19	8%
Posgrados	4	2%
Rectitud	30	12%
Seriedad	36	15%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

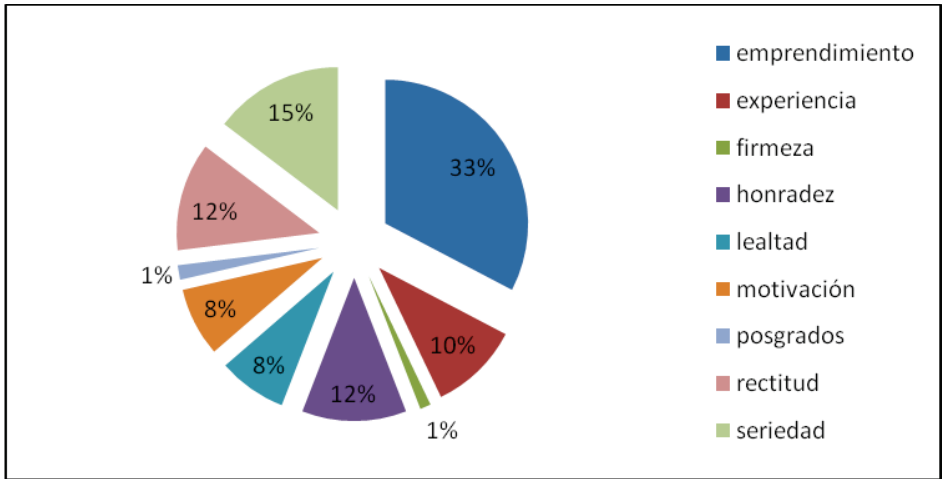

Figura 13- Características de un Ingeniero Empresarial
Encuesta poblacional (2012)

Un Ingeniero empresarial debe poseer las siguientes características según la encuesta realizada: en primer lugar tiene que ser una persona emprendedora (33%), seguido de la seriedad que debe caracterizar al profesional (15%), la rectitud con el 12% se considera también una característica importante, el 12% de los encuestados considera que la honradez es una indispensable, la experiencia la motivación y la lealtad con menor porcentaje pero también son consideradas características que debe poseer un Ingeniero Empresarial.

10. ¿Considera usted que las materias recibidas en las aulas de clase de la Universidad fueron las adecuadas para poder emprender un negocio?

Tabla 24 - Conocimientos adquiridos en EPN enfocados a emprender un negocio

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Alto	104	42%
Medio	37	15%
Medio alto	93	38%
Poco	11	4%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

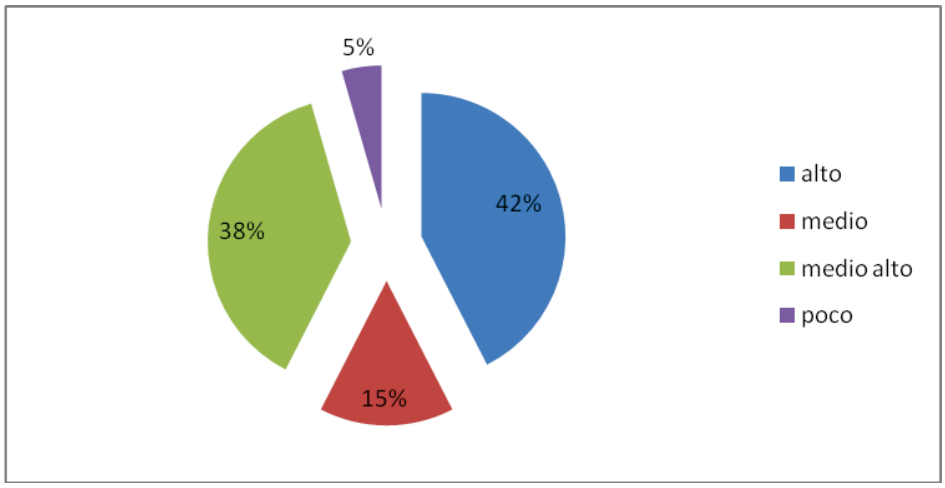

Figura 14- Conocimientos adquiridos en EPN enfocados a emprender un negocio
Encuesta poblacional (2012)

La mayoría de los encuestados consideran que los conocimientos impartidos en las aulas de la Escuela Politécnica Nacional se enfocan con alta influencia en la creación de nuevos negocios (42%), el 38% considera que el conocimiento recibido ha sido medio alto para emprender un negocio, el 15% restante se divide entre los criterios de los estudiantes y egresados que mencionan que el conocimiento ha sido medio y poco para tener la capacidad de poner en marcha un negocio.

Al relacionar las variables independiente: RECIBIR MATERIAS ADECUADAS EN LA UNIVERSIDAD y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 25–Frecuencias Observadas

	TENER NEGOCIO			
IMPORTANCIA	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Poco	4	7	0	**11**
Medio	0	37	0	**37**
Medo alto	7	78	8	**93**
Alto	32	67	5	**104**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 26–Frecuencias Esperadas

	TENER NEGOCIO			
IMPORTANCIA	**Si**	**No**	**Proyecto**	**TOTAL**
Poco	1,93061224	8,48571429	0,58367347	**11,00**
Medio	6,49387755	28,5428571	1,96326531	**37,00**
Medo alto	16,322449	71,7428571	4,93469388	**93,00**
Alto	18,2530612	80,2285714	5,51836735	**104,00**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	(OBS-ESP)2	(OBS-ESP)2/ESP
2,06938776	4,28236568	2,22
-1,48571429	2,20734694	0,26
-0,58367347	0,34067472	0,58
-6,49387755	42,1704456	6,49
8,45714286	71,5232653	2,51
-1,96326531	3,85441066	1,96
-9,32244898	86,908055	5,32
6,25714286	39,1518367	0,55
3,06530612	9,39610162	1,90
13,7469388	188,978326	10,35
-13,2285714	174,995102	2,18
-0,51836735	0,26870471	0,05
X^2=		**34,37**

Grados de libertad: 6[16]

Significancia: 95%[17]

Valor Tabla[18]: 12,592 (Mendoza, 2010)

<u>Hipótesis:</u>

[16] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[17] Se toma el 0,05% de error
[18] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

Ho: No hay relación entre el RECIBIR MATERIAS ADECUADAS EN LA UNIVERSIDAD y el TENER NEGOCIO PROPIO.
Ha: Si hay relación entre el RECIBIR MATERIAS ADECUADAS EN LA UNIVERSIDAD y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:
El X^2 calculado (34,37) es mayor al X^2 de la tabla (12,592), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir el RECIBIR MATERIAS ADECUADAS EN LA UNIVERSIDAD, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO, en este caso existe una relación inversa, en donde la variable independiente afecta negativamente al TENER NEGOCIO PROPIO.

11. ¿En qué trabaja actualmente?

Tabla 27 - Trabajo actual

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Administración pública	29	12%
Asistente de mostrador	13	5%
Comercio ambulante	3	1%
Negocio familiar	93	38%
Negocio propio	41	17%
No trabaja	14	6%
Oficina	20	8%
Ventas	32	13%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

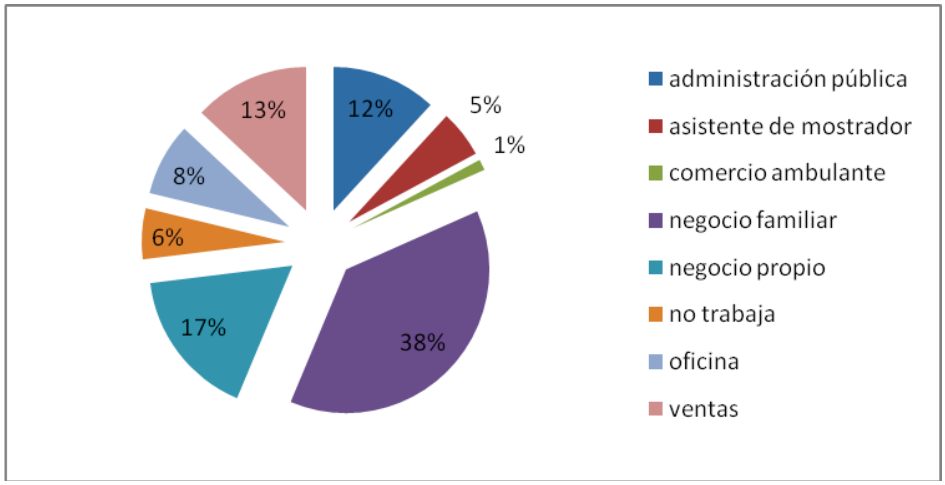

Figura 15- Trabajo actual
Encuesta poblacional (2012)

Actualmente la mayoría de la población analizada trabaja en negocios familiares, siendo el 38% del total, seguido del 17% que tiene un negocio propio, el 13% labora en las actividades de ventas y el 12% trabaja en la administración pública, los mencionados anteriormente abarcan el mayor porcentaje y se consideran como las más representativas, el porcentaje restante está dividido entre otras actividades laborales.

12. ¿Es difícil ejercer la profesión de Ingeniería Empresarial?

Tabla 28 - Es difícil ejercer la carrera

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	88	36%
Si	157	64%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

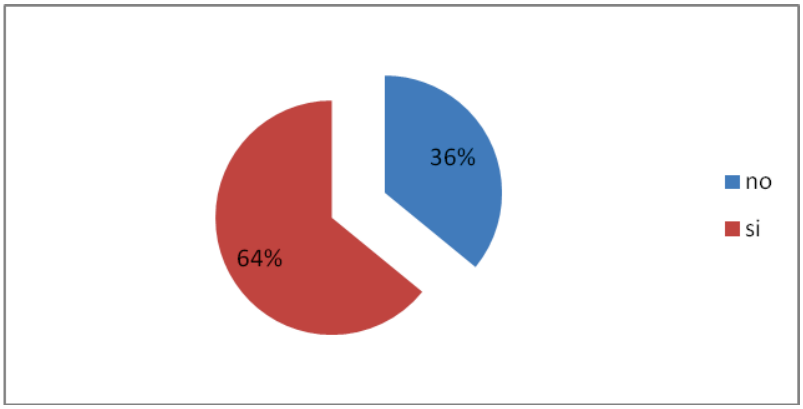

Figura 16- Es difícil ejercer la carrera
Encuesta poblacional (2012)

La profesión de Ingeniería Empresarial se considera como una carrera difícil de ejercer, de los encuestados el 64% afirma esta aseveración, mientras que el 36% restante menciona que no es difícil ejercer la profesión.

13. ¿Ejerce o en algún momento ejerció la profesión de Ingeniería Empresarial?

Tabla 29 - Ejerce o ejerció su profesión

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	64	26%
Si	181	74%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

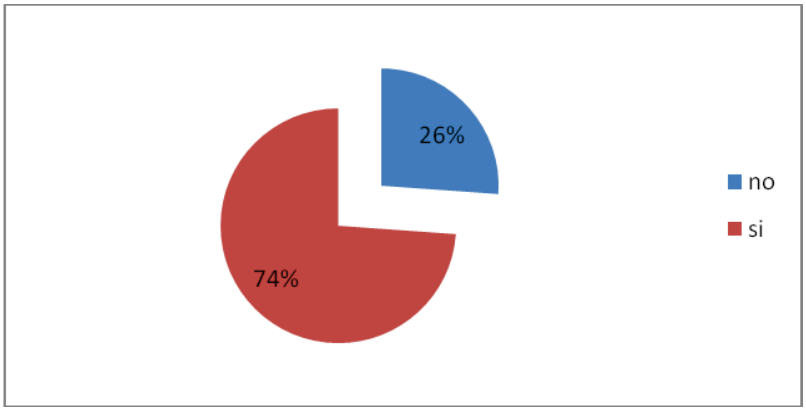

Figura 17- Ejerce o ejerció su profesión
Encuesta poblacional (2012)

El 74% trabajan actualmente o han ejercido la profesión, mientras que 26% no ha tenido la oportunidad que poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de Ingeniería empresarial para ejercer su profesión.

14. Si usted trabajó en una empresa y dejo de laborar, indique la razón (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 11 menos importante)

Tabla 30 - Razón para dejar de laborar en una empresa

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Conflicto entre compañeros	27	11%
Distancia	14	6%
Maltrato laboral	5	2%
Matrimonio	16	7%
Muchas horas de trabajo	15	6%
No cumplió con sus expectativas	55	22%
Poca remuneración	46	19%
Problemas familiares	32	13%
Viaje	9	4%
(En blanco)	26	11%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

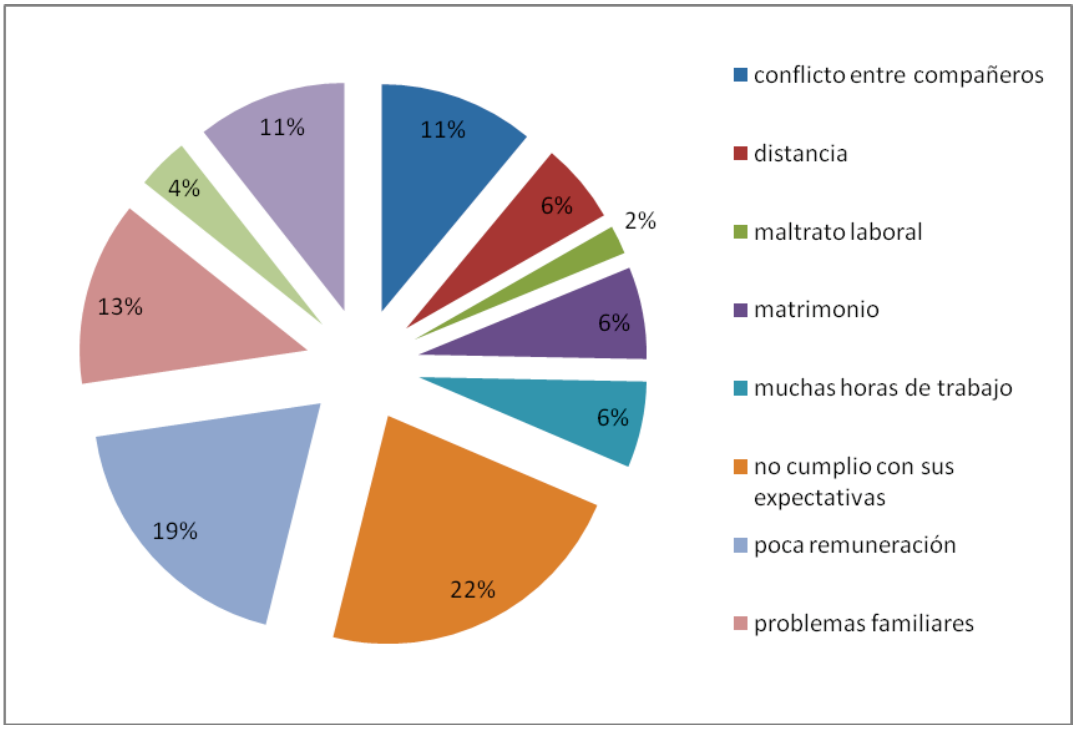

Figura 18- Razón para dejar de laborar en una empresa
Encuesta poblacional (2012)

Las principales razones mencionadas por los encuestados que les obligaron a dejar de trabajar en una empresa fueron: no cumplió con las expectativas laborales (22%), seguida de la poca remuneración que percibían en dicha empresa (19%), el 13% por problemas familiares y el conflicto entre compañeros con el 11%; el resto de opciones tienen un porcentaje menor al 10%.

15. ¿Cuál fue la reacción de sus familiares al enterarse de su decisión de no ejercer su profesión?

Tabla 31 - Reacción de familiares por no ejercer la profesión

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Aceptaron su decisión	37	15%
Cuestionaron su decisión	7	3%
Indiferente	20	8%
(En blanco)	181	74%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

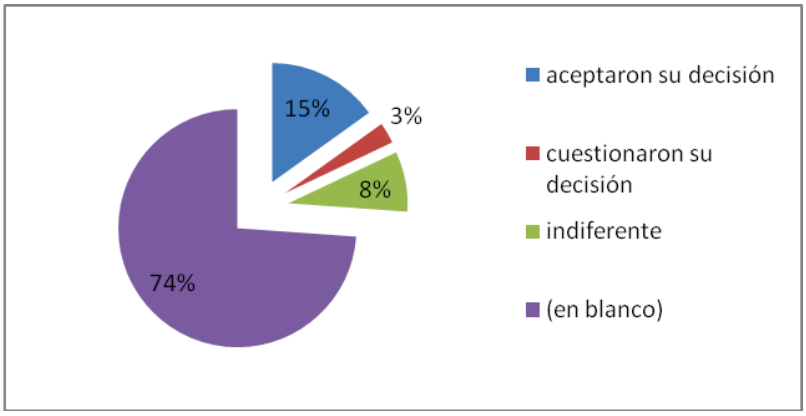

Figura 19- Reacción de familiares por no ejercer la profesión
Encuesta poblacional (2012)

En los datos recopilados se pudo observar que la mayoría de los encuestados no respondieron la pregunta realizada (74%), la decisión de no ejercer su profesión fue aceptada por sus familiares (15%), el 8% mostró indiferencia con la decisión tomada y el 3% restante menciona que sus familiares cuestionaron su decisión.

16. ¿De qué cree usted que depende el éxito de un negocio? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 6 menos importante)

Tabla 32 - Factores de éxito de un negocio

OPCIONES	MÁS IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MEDIANAMENTE IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	MENOS IMPORTANTE	EN BLANCO	TOTAL
Los conocimientos adquiridos en las aulas	35	83	63	29	19	16	0	**245**
De los deseos de superación	40	74	52	44	23	12	0	**245**
Del grado de emprendimiento que posee el administrador	106	61	32	21	24	1	0	**245**
De la experiencia	109	60	44	16	13	2	1	**245**
Del mercado	127	80	26	12	0	0	0	**245**
Del marketing	21	43	90	50	19	22	0	**245**

Encuesta poblacional (2012)

a) De los conocimientos adquiridos en las aulas

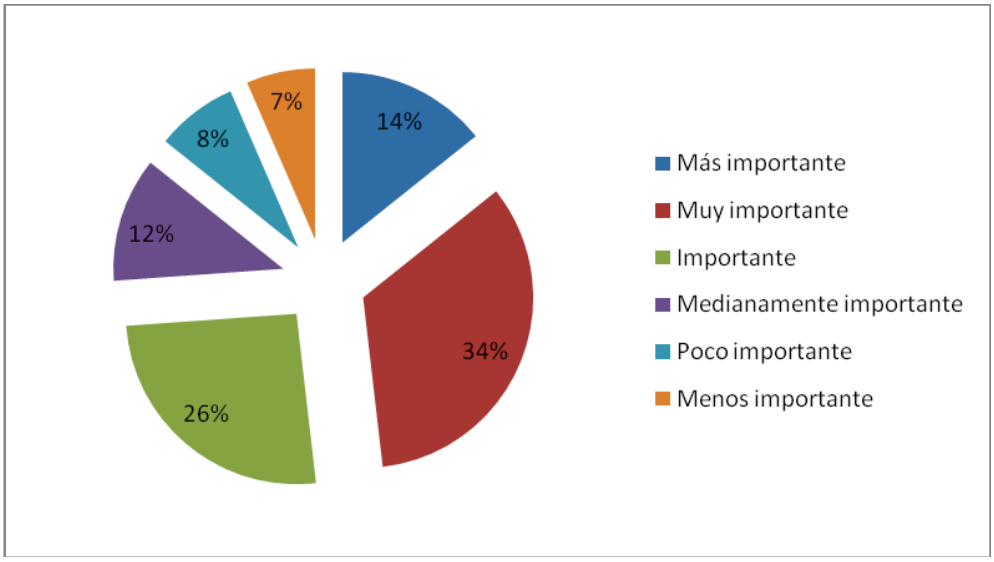

Figura 20 – Factor de éxito de un negocio-Conocimientos adquiridos en aulas
Encuesta poblacional (2012)

b) De los deseos de superación

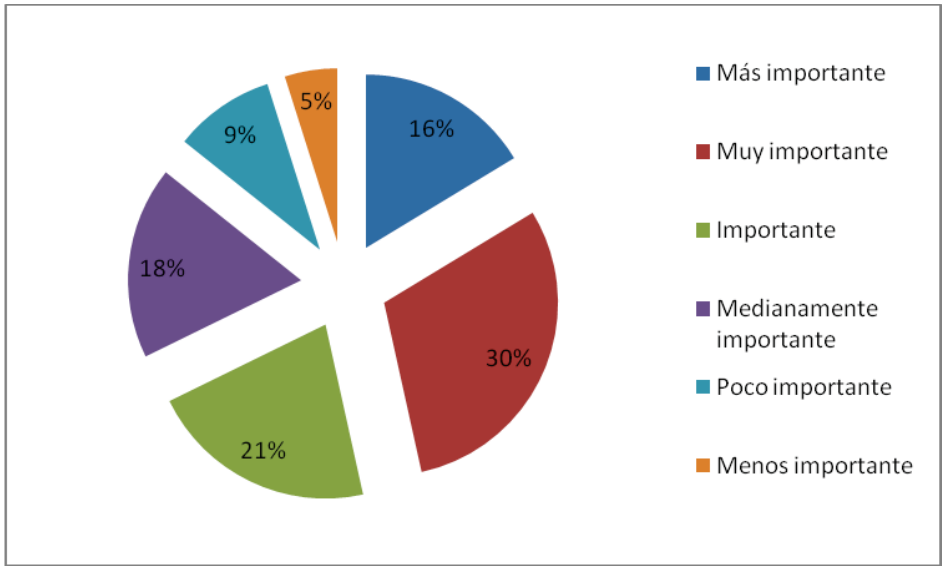

Figura 21 – Factor de éxito de un negocio-Deseos de superación
Encuesta poblacional (2012)

c) Del grado de emprendimiento que posee el administrador

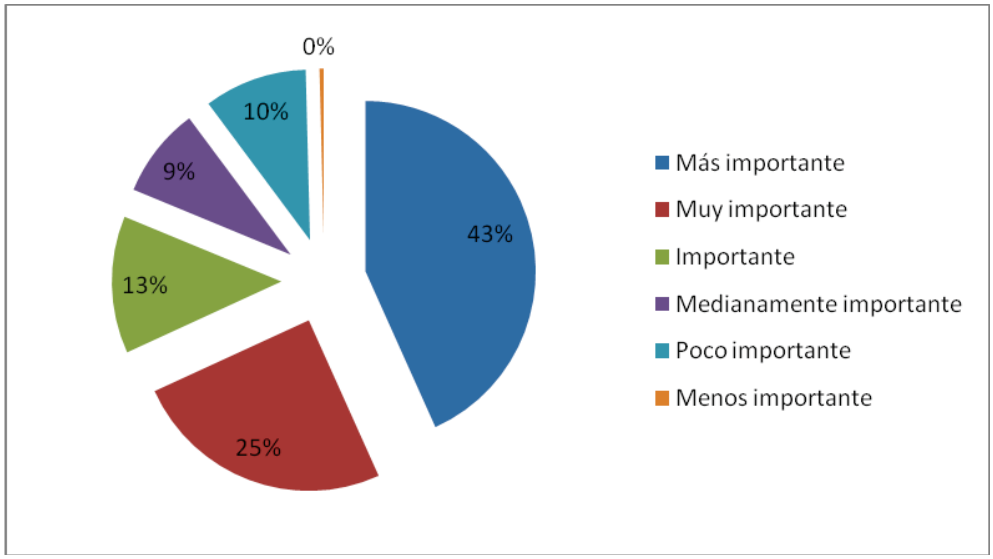

Figura 22 - Factor de éxito de un negocio-Grado de emprendimiento del administrador
Encuesta poblacional (2012)

d) De la experiencia

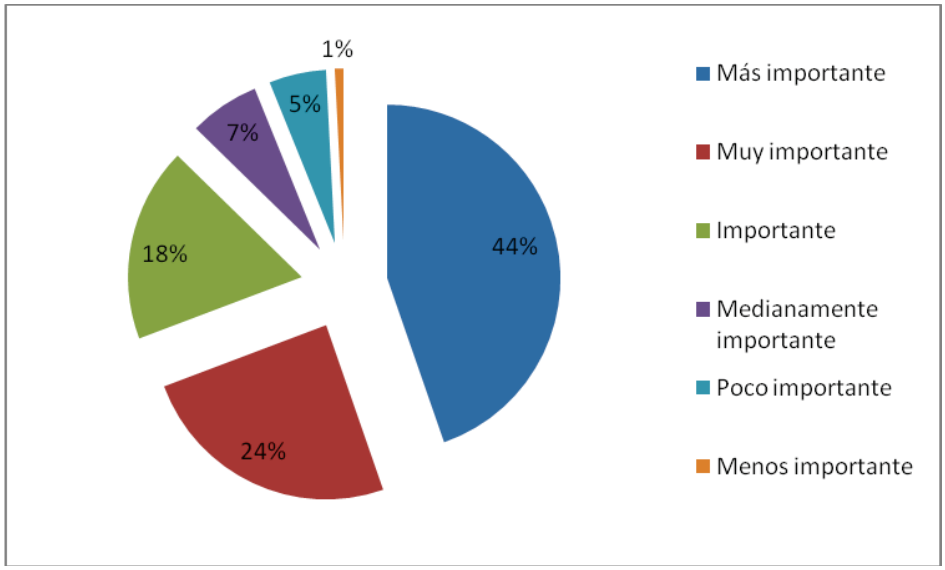

Figura 23 - Factor de éxito de un negocio-Experiencia
Encuesta poblacional (2012)

e) Del mercado

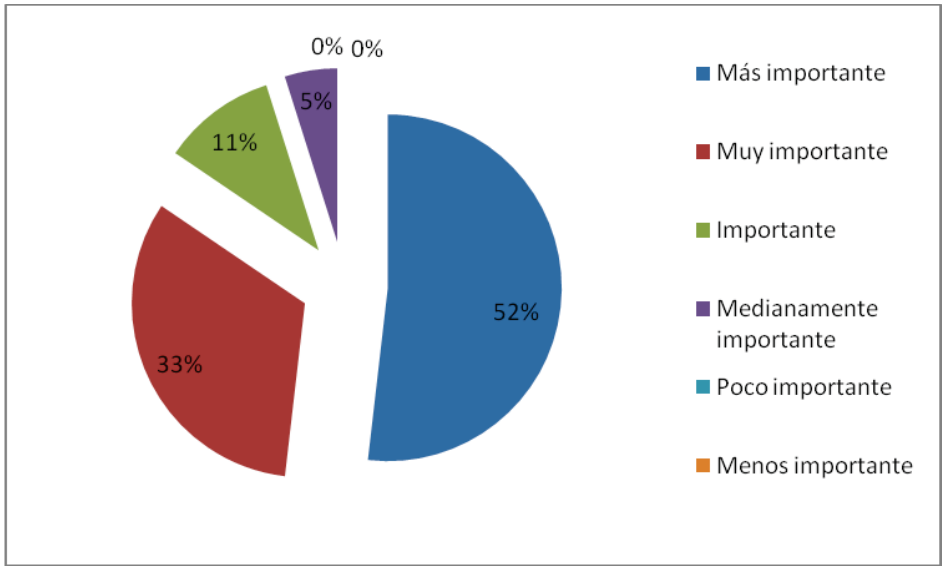

Figura 24 - Factor de éxito de un negocio-Mercado
Encuesta poblacional (2012)

f) Del marketing

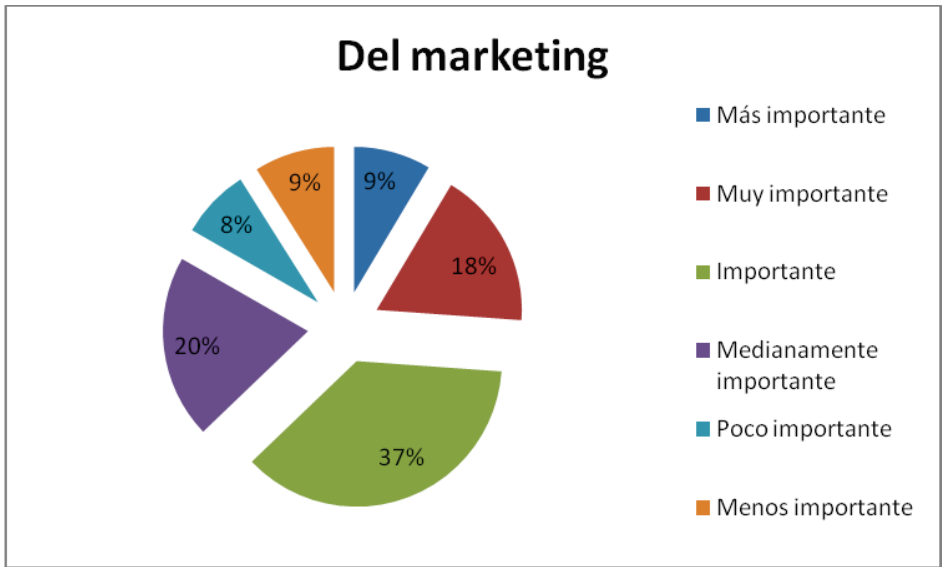

Figura 25 - Factor de éxito de un negocio-Marketing
Encuesta poblacional (2012)

Para realizar el análisis de los factores considerados para el éxito de un negocio, se estableció una escala para determinar el nivel de importancia de cada factor, así se obtuvo que: la mayoría señala como muy importante los conocimientos adquiridos en las aulas, en el caso de los deseos de superación un 30% menciona que también es un factor muy importante de considerar, la relevancia del grado de emprendimiento que se posea el administrador es un factor esencial para lograr el éxito esperado, el mercado es considerado como el factor más importante y finalmente disponer de un marketing adecuado es un factor importante para alcanzar el éxito de la puesta en marcha y desarrollo de actividades de un negocio exitoso.

17. ¿Qué es más conveniente para usted? (Elija la opción que para usted es la más considerable, pero de existir varias enumere en orden de prioridad siendo 1 el más importante hasta el 4 menos importante)

Tabla 33 - Preferencia del estudiante o egresado

OPCIONES	MÁS IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	MENOS IMPORTANTE	TOTAL
Emprender un nuevo negocio	94	95	44	12	**245**
Seguir desempleado	0	0	16	229	**245**
Laborar en relación de dependencia	107	111	24	3	**245**
Seguir estudiando	89	68	59	29	**245**

Encuesta poblacional (2012)

a) Emprender un nuevo negocio

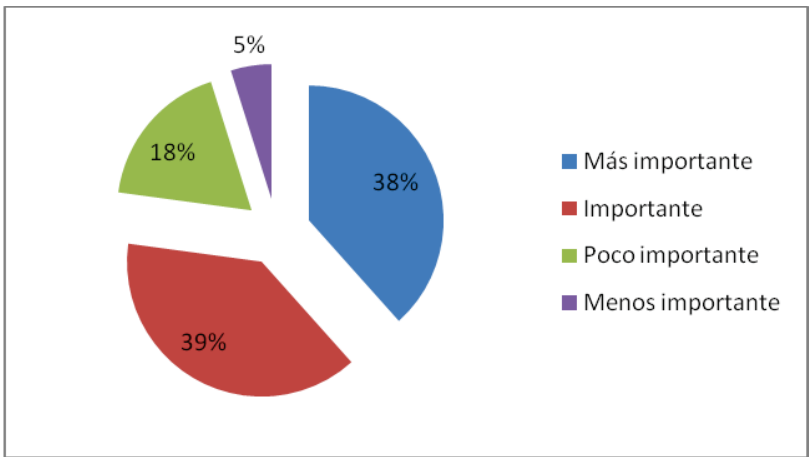

Figura 26 - Preferencia del estudiante o egresado-Emprender un negocio nuevo
Encuesta poblacional (2012)

b) Seguir desempleado

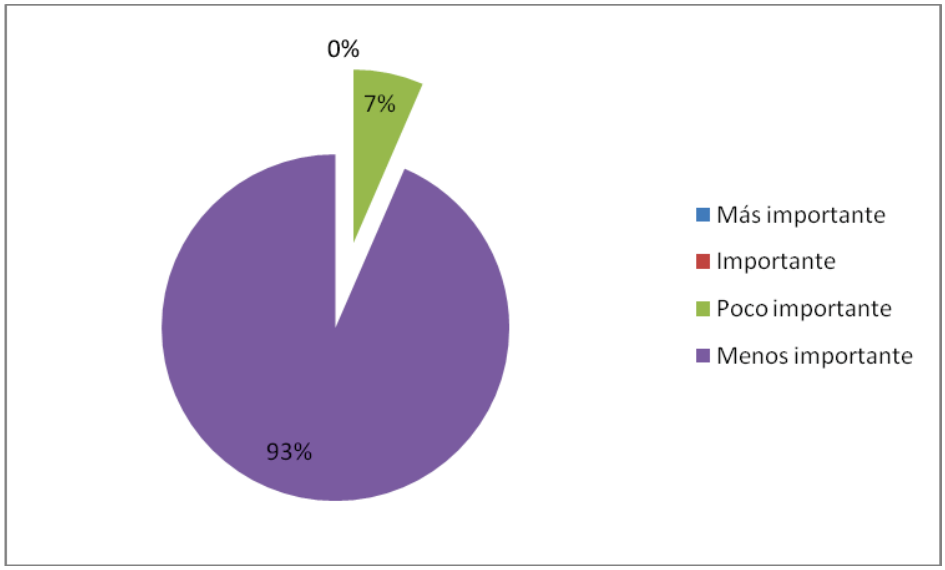

Figura 27 - Preferencia del estudiante o egresado-Seguir desempleado
Encuesta poblacional (2012)

c) Laborar en relación de dependencia

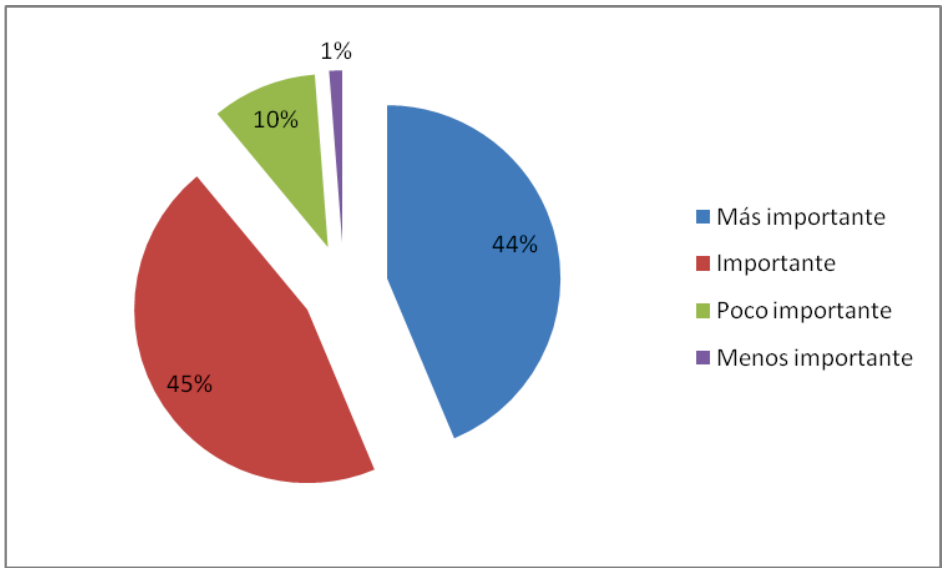

Figura 28 - Preferencia del estudiante o egresado-Laborar en relación de dependencia
Encuesta poblacional (2012)

d) Seguir estudiando

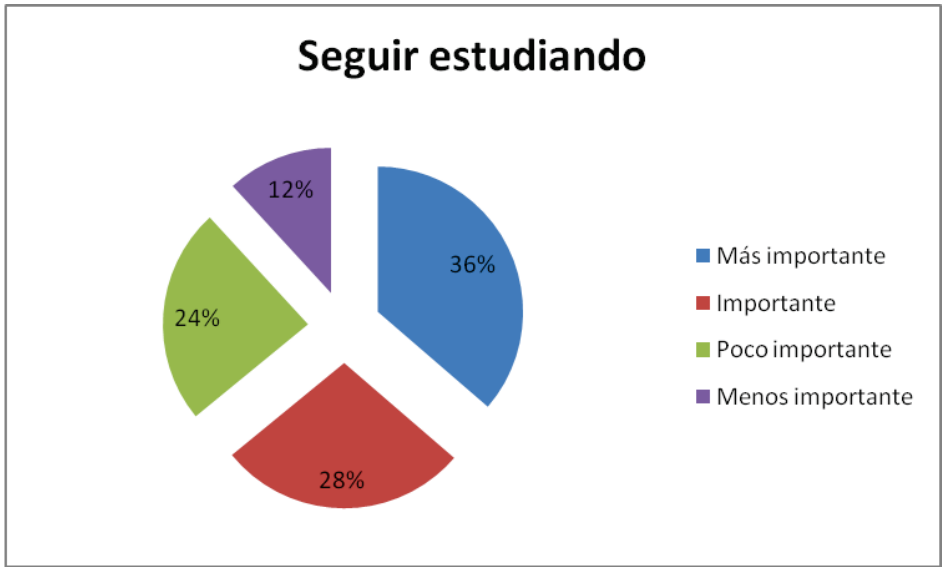

Figura 29–Seguir estudiando
Encuesta poblacional (2012)

En el caso de las preferencias de los estudiantes y con la recopilación de datos realizada se pudo observar que: emprender un negocio con un porcentaje del 39% es lo más importante, el seguir desempleado es lo que menos esperan el (93%), laborar en relación de dependencia es lo más importante para los estudiantes y egresados (45%) siendo el mayor porcentaje con carácter de importancia y finalmente seguir estudiando se constituye con una preferencia de los estudiantes considerado como más importante con el 36%.

Al relacionar las variables independiente: LA IMPORTANCIA DE EMPRENDER UN NUEVO NEGOCIO y la dependiente: TENER NEGOCIO PROPIO con tablas de contingencia se puede identificar con más claridad esta relación:

Tabla 34–Frecuencias Observadas

IMPORTANCIA DE EMPRENDER UN NUEVO NEGOCIO	TENER NEGOCIO			
	Si	No	Proyecto	TOTAL
Importancia 1	17	72	5	**94**
Importancia 2	22	66	7	**95**
Importancia 3	1	42	1	**44**
Importancia 4	3	9	0	**12**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Al observar estos datos parece haber relación entre las variables. Se comprueba esta relación aplicando la prueba del X^2.

Tabla 35–Frecuencias Esperadas

IMPORTANCIA DE EMPRENDER UN NUEVO NEGOCIO	TENER NEGOCIO			
	Si	No	Proyecto	TOTAL
Importancia 1	16,4979592	72,5142857	4,9877551	**94,00**
Importancia 2	16,6734694	73,2857143	5,04081633	**95,00**
Importancia 3	7,72244898	33,9428571	2,33469388	**44,00**
Importancia 4	2,10612245	9,25714286	0,63673469	**12,00**
TOTAL	**43**	**189**	**13**	**245**

Cálculo del X^2:

OBS-ESP	$(OBS-ESP)^2$	$(OBS-ESP)^2/ESP$
0,50204082	0,25204498	0,02
-0,51428571	0,2644898	0,00
0,0122449	0,00014994	0,00
5,32653061	28,3719284	1,70
-7,28571429	53,0816327	0,72
1,95918367	3,83840067	0,76
-6,72244898	45,1913203	5,85
8,05714286	64,917551	1,91
-1,33469388	1,78140775	0,76
0,89387755	0,79901708	0,38
-0,25714286	0,06612245	0,01
-0,63673469	0,40543107	0,64
X^2=		**12,75**

Grados de libertad: 6[19]

Significancia: 95%[20]

[19] Se calcula de la siguiente forma: (número de filas-1)*(número de columnas-1)
[20] Se toma el 0,05% de error

Valor Tabla[21]: 12,592 (Mendoza, 2010)

Hipótesis:

Ho: No hay relación entre LA IMPORTANCIA DE EMPRENDER UN NUEVO NEGOCIO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Ha: Si hay relación entre LA IMPORTANCIA DE EMPRENDER UN NUEVO NEGOCIO y el TENER NEGOCIO PROPIO.

Análisis:

El X^2 calculado (12,75) es mayor al X^2 de la tabla (12,592), por lo que se rechaza la hipótesis nula que dice que las variables no tienen relación, por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir LA IMPORTANCIA DE EMPRENDER UN NUEVO NEGOCIO, si tiene relación con el TENER NEGOCIO PROPIO, en este caso existe una relación inversa, en donde la variable independiente afecta negativamente al TENER NEGOCIO PROPIO.

18. La ingeniería empresarial ¿Aporta directamente a la economía de un país?

Tabla 36 - Ingeniería Empresarial aporta a la economía del país

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	27	11%
No sabe	15	6%
Si	203	83%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

[21] Valores tomados de la Tabla D.7: Valores críticos de la distribución X^2.

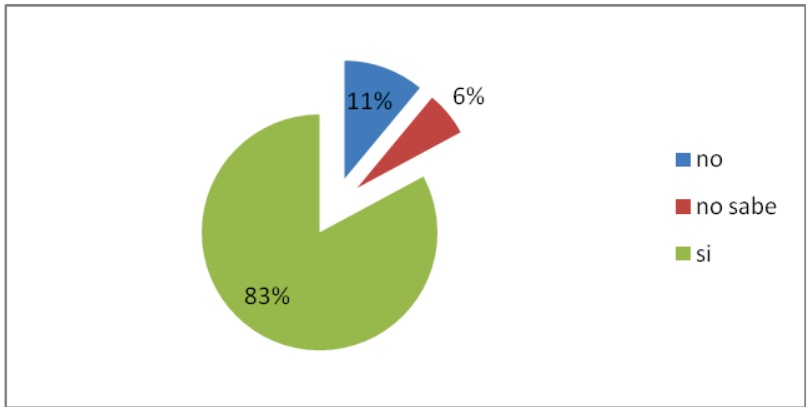

Figura 30 - Ingeniería Empresarial aporta a la economía del país
Encuesta poblacional (2012)

Según los estudiantes y egresados de la carrera de Ingeniería Empresarial aportan directamente al desarrollo de la economía del país el 83% acotaron que la carrera es parte fundamental, mientras, que el 11% considera que no es un aporte y finalmente el 6% desconoce si la carrera mencionada contribuye con el desarrollo del país.

19. ¿Le gusta tomar decisiones?

Tabla 37 - Le gusta tomar decisiones

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Si	245	100%
No	0	0%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

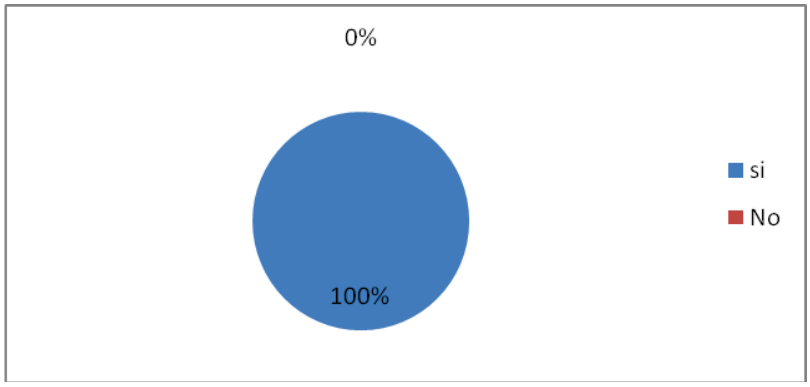

Figura 31- Le gusta tomar decisiones
Encuesta poblacional (2012)

Al 100% de los encuestados les gusta la idea de tomar decisiones, con el fin de emprender y administrar los negocios propios.

20. ¿En ocasiones otras personas han tomado decisiones por Usted?

Tabla 38 - Han tomado decisiones por usted

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
No	162	66%
Si	83	34%
TOTAL ENCUESTADOS	**245**	**100%**

Encuesta poblacional (2012)

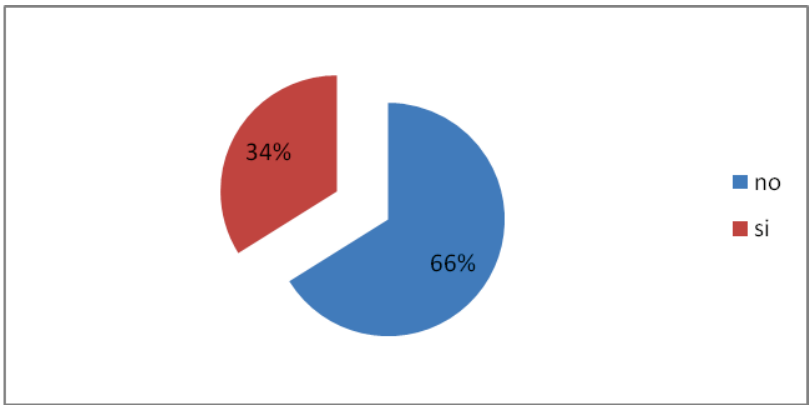

Figura 32- Han tomado decisiones por usted
Encuesta poblacional (2012)

A pesar de la respuesta afirmativa del análisis anterior, un 34% de los encuestados han tenido que permitir que otras personas tomen decisiones por ellos, lo positivo es que la mayoría de encuestados el 66% no han permitido que tomen sus decisiones otras personas.

21. ¿Cuál cree usted que son los inconvenientes o problemas que pueden surgir en un negocio? (pregunta abierta)

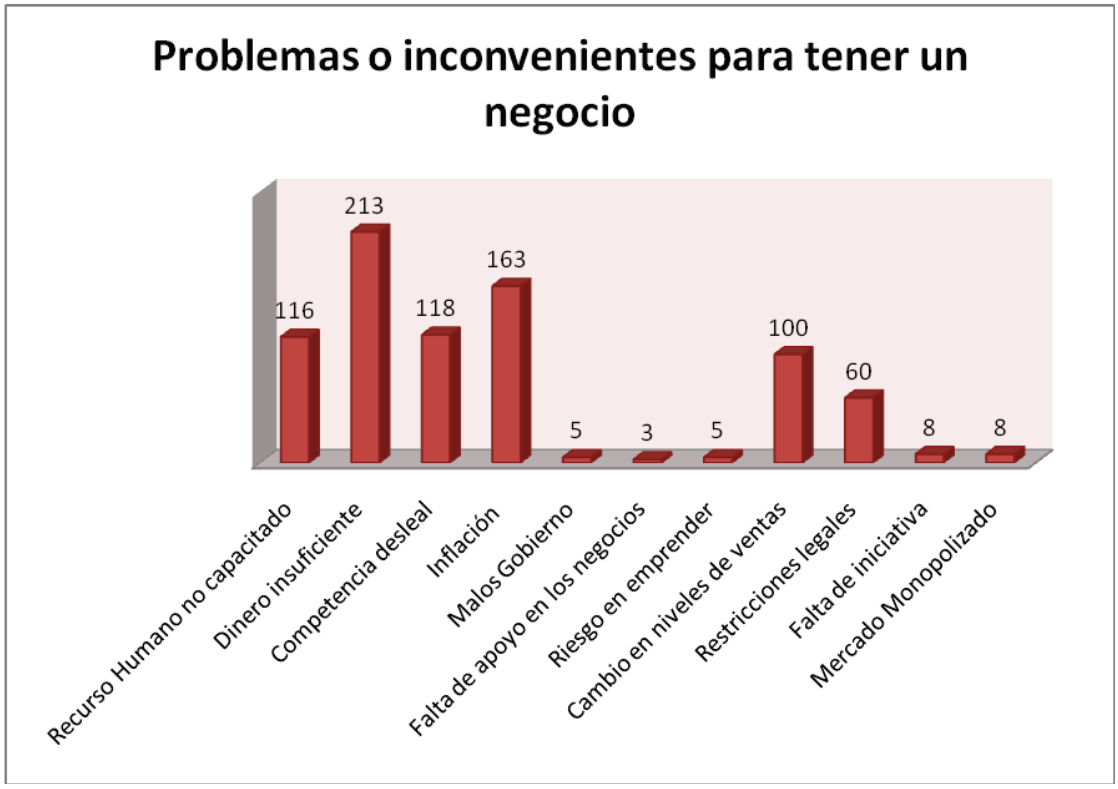

Figura 33–Problemas o inconvenientes para tener un negocio
Encuesta poblacional (2012)

22. En base a los inconvenientes señalados en la pregunta anterior que recomendaciones haría a sus compañeros para emprender sus propios negocios

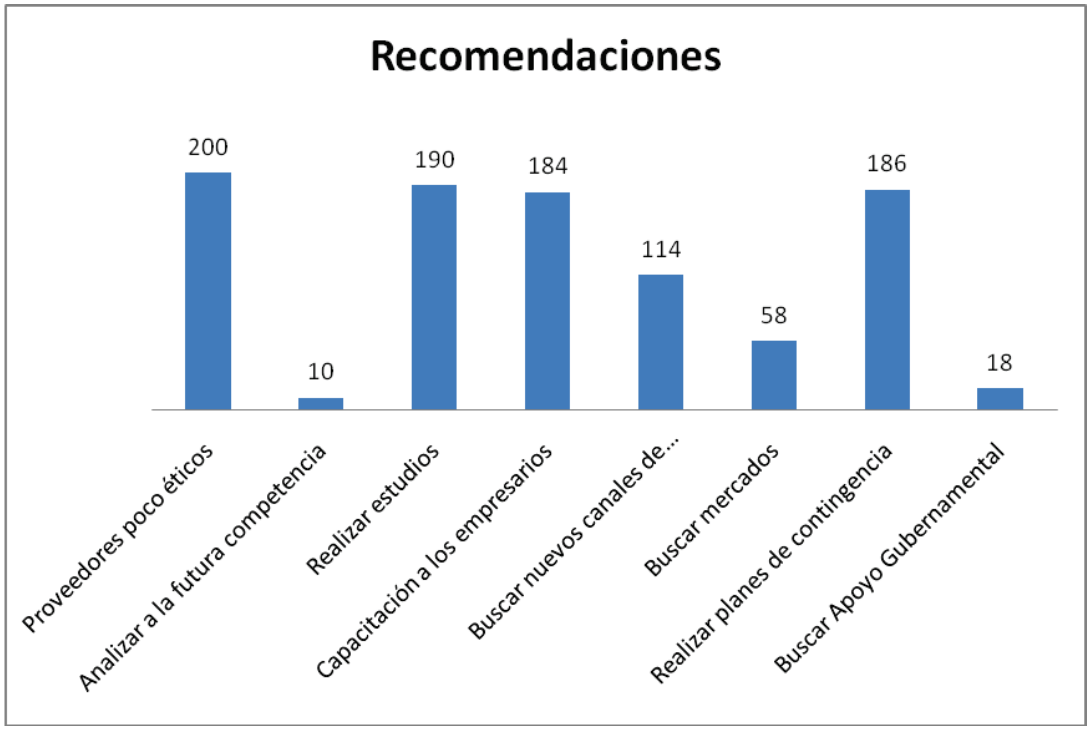

Figura 34- Recomendaciones
Encuesta poblacional (2012)

4.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS FRENTE A LOS OBJETIVOS DEL ESTUDIO PROPUESTO

Para establecer la efectividad del estudio realizado es importante analizar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y verificar el cumplimiento de los mismos. A continuación se analiza cada objetivo propuesto con los resultados recopilados:

OBJETIVO GENERAL

Analizar las variables por las que algunos de los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, no emprendan sus propios negocios.

ANÁLISIS:

Según los resultados obtenidos se pudieron establecer que las principales variables o factores que los estudiantes y egresados consideran que limitan la creación de sus propios negocios son:

- El miedo a lo desconocido o la incertidumbre que causa el emprendimiento de nuevas ideas, con el temor de fracasar por entrar en un campo poco habitual para el individuo.
- La falta de fuentes de financiamiento que le permita exponer y poner en marcha un negocio, dentro de este punto se menciona el desconocimiento de las personas sobre el apoyo Gubernamental existente en la actualidad que fomentan a la creación de nuevos negocios.
- La creación de negocios no llenan las expectativas de los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial, existe relación con las expectativas de los estudiantes que consideran como más importante trabajar bajo dependencia, por sobre la intención de crear un nuevo negocio.

Con lo mencionado se ha determinado, que son las principales variables por las que las personas no deciden emprender su propio negocio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las variables que inciden para que algunos de los estudiantes y egresados de Ingeniería Empresarial no emprendan sus propios negocios.
- Comparar los porcentajes de egresados y graduados de la carrera de Ingeniería Empresarial que han aplicado los conocimientos de emprendimiento y tienen sus propias empresas.
- Analizar los problemas más relevantes por los que algunos estudiantes y egresados de Ingeniería Empresarial no han aplicado un emprendimiento.

ANÁLISIS:

Objetivo específico 1: Con relación al primer objetivo se ha identificado que las principales variables por las cuales los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional, no han emprendido sus negocios son:

- El miedo a lo desconocido o incertidumbre
- Apoyo financiero
- Influencia para elegir una carrera
- Preparación académica
- La creación de negocios no llenan sus expectativas
- Situación familiar

Objetivo específico 2: Con los resultados obtenidos se ha podido identificar:

Tabla 39 – Porcentaje de egresados que han aplicado o no conocimientos de emprendimiento

ESTUDIANTES Y EGRESADOS	%
Con negocios propios	18%
Negocio en proyecto	5%
No tienen negocio propio	77%

Encuesta poblacional (2012)

Esta tabla demuestra que el 77% no tienen negocio propio y apenas el 18% si tienen negocio; estos datos demuestran el poco emprendimiento de los estudiantes y egresados de la Carrera en estudio, lo que justifica la presente investigación.

Objetivo específico 3: De acuerdo a la investigación realizada se han determinado algunos problemas que influyen en el éxito o fracaso de un negocio, los cuales limitan para que estudiantes y egresados emprendan sus negocios, principalmente está relacionado con el temor a lo desconocido, por la falta de estudios previos que permitan disminuir esta incertidumbre. Entre los problemas identificados se tiene:

- La falta de capital
- La competencia desleal
- Inflación
- Los cambios en los niveles de ventas
- Recurso humano no calificado
- Falta de estudios previos
- Proveedores poco éticos

Las variables identificadas como: la falta de fuentes de financiamiento y el incumplimiento de las expectativas también influyen o se consideran como problemas para que no motiven la creación de negocios.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Este estudio buscó encontrar las variables por las que algunos estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional no emprenden sus propios negocios y sus posibles soluciones, después de realizada la encuesta, tabulados y analizados los datos y comprobados mediante la prueba del X^2 en las variables más notorias, se concluye lo siguiente:

- La hipótesis planteada "La situación económica y académica de los estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresaria de la Escuela Politécnica Nacional, influye en el nivel de emprendimiento para tener un negocio propio", se comprueba que existe relación directa con las variables de APOYO FINANCIERO (tablas Nos. 18 y 19), situación familiar: GÉNERO, ESTADO CIVIL Y TENER HIJOS, (tablas Nos. 2 y 3;6 y 7; 9 y 10, respectivamente); relación inversa en las variables APOYO DEL GOBIERNO, PREPARACIÓN ACADÉMICA e IMPORTANCIA DE EMPRENDER (tablas Nos. 21 y 22; 25 y 26; 34 y 35, respectivamente). Por lo tanto se comprobó la hipótesis.

- Las principales variables que influyen para que los estudiantes y egresados no emprendan sus propios negocios son: el temor a lo desconocido o incertidumbre, falta de apoyo financiero, preparación académica, capacitación para elegir la carrera, situación familiar (género, estado civil y tener hijos) y finalmente se establece que la creación de un negocio no cumple con las expectativas de los mismos.

- La mayoría de estudiantes y egresados de la Carrera de Ingeniería Empresarial de la Escuela Politécnica Nacional no han puesto en práctica

losconocimientos de emprendimiento con la creación de sus propios negocios, según indica la tabla No. 39. En donde la mayoría (77%) no dispone de un negocio.

- Los conocimientos impartidos en la Escuela Politécnica Nacional en la Carrera de Ingeniería Empresarial se enfocan a estimular al estudiante al emprendimiento de nuevos negocios, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país, esto demuestra que la Escuela Politécnica Nacional, está realizando un buen trabajo en la formación de sus alumnos como lo demuestra los resultados de las tablas Nos. 25 y 26. Sin embargo no emprenden como lo demuestra la conclusión anterior.

- A pesar que se conoce del apoyo Gubernamental para fomentar el emprendimiento de nuevos negocios, sin embargo los encuestados no han emprendido, como lo demuestran las tablas Nos. 21 y 22; sería motivo de otro estudio determinar la viabilidad de conseguir este apoyo.

- Lastimosamente, los encuestados no han logrado concretar apoyos financieros reales, lo cual les ha impedido emprender su negocio, pero si contaran con este apoyo iniciarían su negocio, lo demuestran las tablas No. 18 y 19.

- Los resultados muestran significancia estadística en la situación familiar: género, estado civil, tener hijos. En cuanto al género, se observa que las mujeres tienen mayor probabilidad de no tener un negocio que un hombre, donde algunas explicaciones son: la idiosincrasia, las funciones en el hogar, entre otras. Como indican las tablas Nos. 2 y 3; el estado civil también influye en esta decisión siendo los casados y los de unión libre los que no tienen negocio; tablas No. 6 y 7; y, el tener hijos si es un factor que influye en tener un negocio, tablas Nos 9 y 10.

- Existen ciertos inconvenientes que pueden surgir en un negocio, lo que obliga a las empresas a realizar actividades que no se consideraron al momento de poner en marcha el negocio, por la falta de un estudio previo.

5.2 RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones antes planteadas se puede recomendar lo siguiente como posibles soluciones:

- La Escuela Politécnica Nacional, debe continuar con la formación en la importancia del emprendimiento, ya que la mayoría de encuestados si ha validado esta formación, sin embargo sería necesario implementar actividades que disminuyan el miedo al fracaso con la utilización de herramientas o conocimientos que les permitan medir y tratar de controlar situaciones futuras.

- Realizar paneles, seminarios, coloquios, con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para dar a conocer las fuentes y formas de financiamiento real, para que los estudiantes de la Carrera conozcan de las oportunidades ofrecidas con el propósito de formar parte del desarrollo económico del país.
- Realizar un análisis más profundo sobre la vocación de los estudiantes, previo a la elección de su carrera profesional, con el propósito formar profesionales motivados a contribuir y alcanzar el objetivo principal de la carrera.

- Realizar un estudio previo a la puesta en marcha de un negocio, para determinar ciertos inconvenientes que pueden ser controlados: competencia desleal, inflación, falta de ética de los proveedores, disminuyendo el riesgo de fracaso de nuevos negocios y el temor a emprender los mismos.

- Dar a conocer el objetivo principal de la carrera, para que todos los conocimientos se encaminen a la creación de nuevos negocios, fomentando el desarrollo conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, M. (2004). *Agronegocios, empresa y emprendimiento.* Argentina: El Ateneo.

Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). *Rasgos y Actitudes de los Emprendedores.* Venezuela: CAF.

Bossidy, L., & Charan, R. (2002). *El arte de la negociación en los negocios.* Argentina: Aguilar.

Cerda, E. (1999). *Una Psicología de hoy.* Colombia: Norma.

Chase, R., Jacobs, R., & Aquilano, N. (2003). *Administración de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva.* México: McGraw Hill.

Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el fluir y la psicología del descubrimieto y la invención.* Barcelona: Paidós.

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing.* España: Granica.

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (1999). *Cómo negociar sin ceder.* Bogota: Norma.

Freire, A. (2004). *Pasión por emprender: De la idea a la cruda realidad.* Argentina: Aguilar.

Gaither, N., & Grazier, G. (2000). *Administración de Producción y Operaciones.* México: Thompson Editores.

Grabinsky, S. (1992). *La Empresa Familiar, Guia para crecer, Competir y Sobrevivir.* México: Nacional Financiera.

Harald, B. (1998). *Educación y emprendimiento: una visión desde la economia, Management del emprendedor.* Colombia: Diario financiero.

Hermida, J., Serra, R., & Kastica, E. (1990). *Administración y Estrategia.* Argentina: Macchi Grupo Editor.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación.* México: Mc Graw- Hill.

Kastika, E. (2010). *Creatividad para emprendedores.* Argentina: Innovar.

Krause, M. (2004). *Economía para emprendedores.* Argentina: Aguilar.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados.* México: Pearson Educación.

McDaniel, C., & Gates, R. (1999). *Investigación de mercados contemporáneos.* México: Thomson Editores.

Romain, A., & Bacus, C. (1992). *"Creatividad. Cómo desarrollarla".* Barcelona: Paidós.

Schroeder, R. (1992). *Administración de Operaciones.* México: McGraw Hill.

Silva, E. (1998). *El rol del sistema universitario en la formación de los emprendedores.* Colombia: Diario financiero.

Vaca, G. (2000). *Evaluación de Proyectos.* México: McGraw Hil.

Velásquez, G. (2006). *Administración de los Sistemas de Producción.* México: Limusa.

Páginas Electrónicas:

Corona, C. (2011). *Empresa, historia, clasificación y gestión*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de mailxmail: www.mailxmail.com/curso-empresa-organigrama-clasificación/empresa-historia-definición

Dimensión empresarial. (2010). *Causa de éxito y fracaso en el proceso de emprendimiento*. Recuperado el 30 de Abril de 2011, de Dimensión empresarial: www.dimensionempresarial.com/26/causas-de-éxito-y-fracaso/

Escuela Politécnica Nacional. (2011). *Carrera de Ingeniería Empresarial, objetivos de la carrera*. Recuperado el 10 de junio de 2011, de Escuela Politécnica Nacional: www.epn.edu.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=80%3Acarrera-de-ingenieria-empresarial&catid=172&Itemid=341